
ズーム
ZOOM
JAPON
www.zoomjapon.info
gratuit numéro 95 - novembre 2019
CULTURE POP
Quand le manga se met à boire p. 24
VOYAGE
Sur les traces du vin de Kôshû p. 30
Spécial Vin
Eric Rechsteiner pour Zoom Japon

ÉDITO Kampai



Après notre numéro consacré l'an passé au saké, nous vous proposons cette année de découvrir le vin produit au Japon. Une histoire qui a commencé au milieu du XIX[e] siècle, mais qui a mis longtemps avant de connaître un véritable essor faute d'un public suffisamment averti. Depuis une trentaine d'années, les Japonais ont appris à apprécier le vin et ses subtilités. Une aubaine pour les vignerons japonais qui ont entrepris de mettre sur le marché des produits de plus en plus fins et élaborés. Résultat : ils gagnent en notoriété et leurs vins commencent à récolter des prix internationaux qui leur permettent de conquérir petit à petit le cœur des amateurs. Bonne lecture !

LA RÉDACTION
courrier@zoomjapon.info

LE REGARD D'ERIC RECHSTEINER

Jiyûgaoka, arrondissement de Meguro, Tôkyô


© Eric Rechsteiner

Parmi les nombreuses activités que les jeunes Japonaises apprécient le plus ces dernières années figurent les séances de dégustation. Nourriture, boissons, rien ne les effraie surtout pas le vin qu'elles sont de plus en plus nombreuses à découvrir. Comme elles le font bien souvent, elles s'investissent beaucoup afin de maîtriser au mieux leur passion.

1,65 **milliards de dollars. Tel est le montant des importations de vin au Japon en 2018. En valeur, la France est le premier exportateur vers l'Archipel (925 millions de dollars) devant le Chili et l'Italie alors qu'en volume, c'est le Chili (77,9 millions de litres) qui occupe le premier rang. La place des vins français sur le marché japonais s'est renforcée au cours des dernières années alors que celle de ses concurrents s'est tassée.**

ECONOMIE Davantage d'exportations

Kirin Holdings qui détient notamment Château Mercian, l'un des principaux vignobles japonais, souhaite exporter davantage de sa production vers l'étranger. L'entreprise s'est fixé l'objectif de 67 000 caisses d'ici 2027 contre 44 000 en 2018. Cela s'accompagnera d'une augmentation de sa capacité de production de raisin sans laquelle il serait impossible de répondre à cette politique d'exportation.

TOURISME Attirer plus d'étrangers

Le tourisme lié au vin attire chaque année entre 20 000 et 30 000 visiteurs étrangers dans les vignobles japonais. Un chiffre encore modeste, mais que les autorités voudraient voir augmenter. Pour y parvenir, les organisations en charge de la promotion du tourisme au Japon vont éditer des plaquettes de présentation en anglais afin d'inciter les touristes à se rendre dans les régions viticoles.

En route pour Kumamoto

Parc National d'Aso-Kuju, terre des volcans majestueux







Découverte culinaire

Du mardi 12 au vendredi 15 novembre 2019 | 13h00 - 19h00

- Savourez des produits régionaux ! Dégustation gratuite pour les premières 150 personnes.

Journée voyage imaginaire

Samedi 16 novembre 2019 | 13h30 - 17h30

- Exposition sur le Parc National d'Aso-Kuju
- Dégustation de **sakés** (ex : **Hananoka**, gagnant du Prix du Jury Kura Master) et de shôchû régionaux accompagnée de mets inspirés de Kumamoto et signés par Uno Yukié.
- Informations touristiques par l'agence de voyage japonaise **JTB**.
- **Rencontre avec le rédacteur en chef de *Zoom Japon*** qui dévoilera son dernier voyage dans la région lors de la préparation du numéro spécial Kumamoto (n° de mars 2019).

En plus ! Pendant toute la durée de l'évènement

- Recevez un petit cadeau* du fameux ours farceur Kumamon en répondant à une enquête ! *Limité aux premières 150 personnes.
- MEDIACAFE propose tous les jours 20 plateaux repas «spécial Kumamoto» (9€) .

Film documentaire

arte

LES PARCS NATURELS… EN MINUSCULE, le Japon le Parc ASO-KUJU

Ver. 43 min en accès Prime-time

▶ Lundi 23 décembre
à 19h00 en France
à 18h35 en Allemagne

Ver. 52 min

▶ Lundi 30 décembre
à 11h15 en France
et en Allemagne

Lieu : Espace Japon | 12 rue de Nancy 75010 Paris | www.espacejapon.com espace Japon

Evènement organisé par TV-Kumamoto avec le soutien du département de Kumamoto et de la ville d'Aso ainsi que :















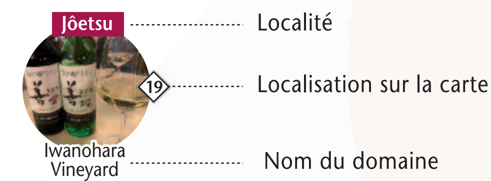


À la découverte du vin japonais

Nombre de producteurs par préfecture en 2018

● 1 point = 1 producteur

Les 29 producteurs les plus importants



Localité

Localisation sur la carte

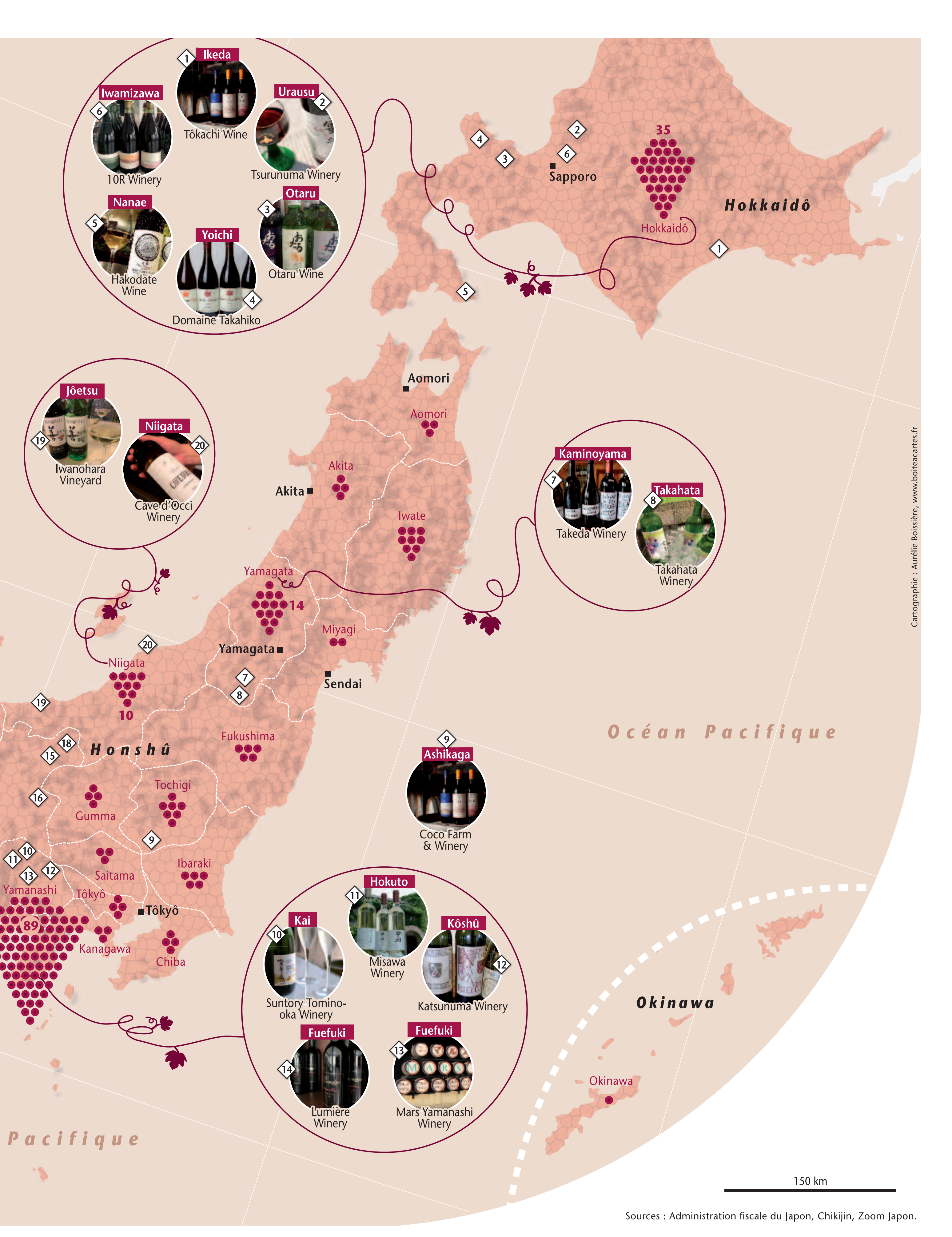
Nom du domaine

Mer du Japon

Océan

Obuse (15) – Obuse Winery
Tômi (16) – Villa d'Est Winery
Takayama (18) – Shinshû Takayama Winery
Shiojiri (17) – Goichi Wine
Miyoshi (23) – Hiroshima Miyoshi Winery
Kurume (24) – Kyohô Winery
Kumamoto (29) – Kumamoto Wine
Usa (25) – Ajimu Winery
Yufu (26) – Yufuin Winery
Taketa (27) – Kujû Winery
Kawakita (28) – Tsuno Wine
Niimi (21) – Domaine tetta
Okayama (22) – La Grande Colline Japon

Ishikawa, Toyama, Fukui, Nagano (35), Gifu, Aichi, Nagoya, Shizuoka, Mie, Shiga, Kyôto, Ôsaka, Kôbe, Hyôgo, Wakayama, Tottori, Okayama, Shimane, Hiroshima, Yamaguchi, Shikoku, Ehime, Kagawa, Tokushima, Kôchi, Kyûshû, Fukuoka, Nagasaki, Ôita, Kumamoto, Miyazaki, Kagoshima



Sources : Administration fiscale du Japon, Chikijin, Zoom Japon.



Eric Rechsteiner pour Zoom Japon

Bouteilles de vin produit par Misawa Winery, préfecture de Yamanashi.

Il était une fois le *wain*…

Depuis quelques années, les Japonais manifestent un réel intérêt pour ce breuvage dont l'histoire est mouvementée.

Pour la plupart des Européens qui n'ont jamais goûté ni entendu parler du *nihon wain* (de l'anglais "wine" pour "vin du Japon"), apprendre qu'actuellement il y a la grande vogue des vins locaux au Japon peut surprendre, comme s'il s'agissait d'une tendance sortie de nulle part.

Il est vrai que l'histoire du vin dans l'Archipel est assez récente. Si la production de vin a commencé à l'époque Meiji, à la fin du XIXe siècle, ce nectar a tardé à s'inviter sur les tables des Japonais, qui n'avaient jamais vu un vin de couleur rouge, avec une acidité bien plus prononcée que celle du saké, ou même une légère amertume… Pour accoutumer les palais japonais, les producteurs ont, dans les premiers temps, ajouté du sucre et des arômes au vin, ou mélangé du jus de raisin, de l'alcool et du sucre. L'*Akadama port wine* est le plus représentatif de ces produits. Il est d'ailleurs toujours commercialisé sous le nom *Akadama sweet wine.*

C'est seulement dans les années 1970 que les Japonais ont timidement commencé à côtoyer l'univers du vin. L'occidentalisation de leur alimentation a joué un rôle important dans ce décollage. C'est aussi à cette époque que la consommation de vins "normaux" a dépassé celle de vins sucrés.

Mais ce qui était produit à l'époque était loin d'être un vin de qualité. On ramassait les raisins écrasés ou abîmés, de surcroît ceux destinés à la consommation et non les variétés plantées pour les vins, pour en faire finalement des vins aqueux. Les Japonais n'avaient pas conscience qu'il fallait planter des vignes pour les vins. De plus, les entreprises japonaises importaient des vins étrangers très peu chers et les mélangeaient, ou elles achetaient, toujours à l'étranger, du jus de raisin concentré et y ajoutaient de l'eau et du sucre pour le faire fermenter. À tel point que pendant longtemps, la région qui produisait le plus de vin était le préfecture de Kanagawa, à proximité du grand port de Yokohama. Les usines de fabrication de vin étaient construites juste à côté

de la mer pour ne pas avoir à transporter la matière première. Une boisson que l'on ne pourrait appeler "vin", selon les normes européennes, circulait massivement.

Beaucoup de Japonais se souviennent de ces vins de qualité médiocre produits dans l'Archipel et peuvent témoigner de leurs mauvaises expériences. Bien que le jus fût importé, on pouvait le qualifier de *kokusan wain*, "vin de production nationale", dès qu'une partie de la production était réalisée à l'intérieur du pays. Raison pour laquelle les vrais vignerons japonais se sont longtemps battus pour que l'appellation de *nihon wain* soit uniquement appliquée aux vins entièrement produits dans le pays, avec des raisins récoltés localement (appellation en vigueur depuis 2015), afin de faire la différence avec les *kokusan wain*, qui existent encore aujourd'hui.

TAMAMURA Toyoo, l'un des précurseurs dans le milieu, patron du vignoble Villa d'Est, mais aussi célèbre auteur de nombreux ouvrages tant sur la gastronomie que sur la vie françaises, connaît l'histoire de la réception du vin au Japon sur le bout des doigts. Il se souvient d'ailleurs très bien des années 1970, quand les Japonais n'étaient pas encore familiers avec les vins : il venait de rentrer d'un séjour d'études en France. À cette époque, au Japon, les vins commercialisés étaient soit hors de prix soit des vins californiens populaires, et même lorsque la bouteille était clairement bouchée, les vendeurs ne voulaient pas l'admettre et argumentaient : *"c'est cette acidité qui forme le caractère de ce vin…"*

Le préjugé selon lequel le climat au Japon n'était pas propice à la culture des vignes a longtemps persisté chez les Japonais eux-mêmes. Il est vrai que la pluviométrie est relativement abondante et que l'humidité provoque des maladies et la prolifération des insectes. La préfecture de Nagano, considéré aujourd'hui comme l'une des régions les plus représentatives du vin japonais, avait été déconseillé à TAMAMURA lorsqu'il s'y est installé dans les années 1990. On lui disait alors qu'il faisait trop froid, trop humide pour y planter des vignes… *"Si j'ai pu me lancer dans la production de vin malgré les avis défavorables, c'est sans doute parce que je l'ai commencée comme un 'hobby' et non pour en faire mon métier principal. J'ai planté cinq cents pieds il y a de cela trente ans, et j'ai peu à peu agrandi les terrains. Aujourd'hui, nous possédons huit hectares de vignes"*, raconte-t-il en souriant.

Le Japon, grâce à ses conditions géographiques spécifiques, possède une grande diversité climatique et plusieurs solutions sont possibles pour les vignerons. Aujourd'hui, les vins sont produits dans des régions très différentes. Certes, plus de la moitié de la production se concentre toujours dans les préfectures de Yamanashi et de Nagano, régions qui cultivaient traditionnellement du raisin. Mais selon KAKIMOTO Reiko, journaliste et spécialiste en vins japonais, la préfecture de Yamagata, avec le réchauffement climatique se révélerait être une région prometteuse, et la région du nord comme le Hokkaidô, où le nombre de producteurs augmente, a pour atout de vastes terrains. Les producteurs s'installent même dans l'ouest de l'Archipel comme à Okayama (voir pp. 16-18) et jusque sur l'île de Kyûshû, au sud.

"Regardez les États-Unis. Ce n'est plus seulement en Californie que l'on produit des vins. Les vins sont réalisés dans des conditions climatiques très variées, du nord au sud, en Oregon, au Texas ou en Arizona, Partout dans le monde, on peut produire du vin. Simplement, on doit s'occuper davantage du raisin dans certaines régions, comme c'est le cas pour le Japon. Mais bien connaître les caractères climatiques locaux nous permet de choisir les cépages appropriés. Notre travail consiste à faire des choix qui conviennent le mieux à notre terroir, à chaque stade de la production", note TAMAMURA Toyoo.

Derrière l'engouement actuel se cache le nombre de producteurs qui monte en flèche (191 en 2014, 303 en 2018), pour des raisons structurelles. Au Japon, pour obtenir la licence de producteur d'alcool, il fallait respecter des législations très strictes. Dans le cas des producteurs de vins, 6 000 litres (8 000 bouteilles) minimum de production durant l'année qui suivait l'obtention de la licence étaient nécessaires. Mais depuis 2002, le gouvernement a instauré un système de "zones d'exception", et un assouplissement des règles pour aider au développement de plusieurs domaines de production. Depuis, il est possible de demander une licence, même pour une petite production de 2 000 litres (2 667 bouteilles). L'instauration de ce système public a poussé les banques à assouplir à leur tour les conditions de prêts. Pour la production de vin nécessitant un investissement de départ assez lourd (acquisition de terrain pour les vignes, les plants, les machines…), la baisse du seuil a été favorable aux producteurs, et a permis la production de vin en petite quantité, réalisée dans une approche artisanale.

En conséquence, on voit plus de variétés de produits. *"Depuis dix ans, on assiste à une évolution drastique ; plus de producteurs, plus de terroirs, plus de cépages, plus de cuvées. Les profils des producteurs sont également très variés. Certains ont été formés en Europe, ou ont fait des études dans les universités européennes, d'autres ont appris en autodidacte en se documentant sur Internet…"*, constate KAKIMOTO Reiko.

Bien évidemment, lorsqu'on parle de "boom" du vin japonais, il faut nuancer. Tout comme la vogue du saké en Europe, davantage visible dans les médias que dans les chiffres concrets des ventes, un Japonais ne consomme en moyenne que 3,5 litres de vin par an, vins japonais et étrangers confondus. La vente de boissons à base de fruits (pommes, raisins) en général ne représente que 4,4 % du volume de l'ensemble des ventes de boissons alcoolisées, et les vins de la production japonaise n'occupent que 30 % de ces ventes. Les *nihon wain* ne représentent que 20 % de la production de vins produits au Japon, le reste n'étant encore que des vins fabriqués avec du jus de raisin importé ou avec des mélanges de vins étrangers. On peut vite faire le calcul…

Dans le même temps, le nombre de producteurs augmente considérablement. La plupart d'entre eux sont des petits producteurs, et comme les amateurs de vins japonais sont chaque jour de plus en plus nombreux, certains producteurs sont souvent en rupture de stock. On s'arrache certaines bouteilles, devenues mythiques et donc très rares. La situation est complexe. Certains disent que l'apogée de cette vogue a déjà été atteint et ce sont surtout ceux qui travaillent dans le milieu qui émettent des avis réservés. Ils ont connu plusieurs périodes d'essor qui leur ont à chaque fois fait espérer que l'univers du vin s'enracinait dans l'Archipel. Et à chaque fois, ils ont été déçus.

Mais cette fois-ci, la situation est sans doute différente. Dans d'autres milieux, comme celui du fromage ou des pains au levain, des produits authentiques et artisanaux qui peuvent accompagner le vin sont de plus en plus fabriqués par les Japonais eux-mêmes. Les jeunes générations sont plus sensibles au circuit court. Et il ne faut pas oublier le côté humain. KAKIMOTO Reiko remarque que pour les amateurs de vins japonais, la proximité avec les producteurs est un atout majeur. Ils peuvent visiter les vignes, discuter avec les producteurs, se sentent proches des bouteilles avec les étiquettes en japonais. C'est le même rapport que les Français entretiennent avec leurs vins locaux. Le sentiment, chez les consommateurs, qu'il s'agit de "leur" vin, favorise la fidélité à des producteurs.

Les grandes entreprises de vin au Japon qui, pendant trop longtemps, se sont contentées de faire du vin de bas de gamme se mettent enfin aux "vrais vins". Elles commencent à planter des vignes et produisent deux gammes : les vins populaires comme elles l'ont toujours fait et des vins de bonne qualité.

Bruce Gutlove, un New-Yorkais qui a étudié la biologie alimentaire et le brassage à l'université de Californie, est installé à Hokkaidô depuis trente ans, et a formé plusieurs producteurs japonais. Sous son influence, les jeunes producteurs appelés *"Bruce children"* font des vins remarquables. ASAI Usuke, œnologue légendaire et auteur de nombreux ouvrages sur le vin, surnommé aussi *"le père du vin japonais contemporain"* a également



Pendant longtemps, on a estimé que le climat et le relief du pays n'étaient guère propices à la production de vin.

contribué à l'émergence de beaucoup d'*"Usuke boys"*, disciples qui aujourd'hui réalisent des vins reconnus à l'international. Autre exemple : récemment, le Domaine de Montille en Bourgogne a décidé de créer un vignoble à Hakodate et y a exporté 50 000 plants de vigne. Nous pouvons espérer qu'une grande révolution est en marche. Il faut dire que le travail de vulgarisation que quelqu'un comme TAMAMURA Toyoo accomplit de longue date porte ses fruits. Par ses écrits, il a non seulement transmis l'intérêt pour les vins à proprement parler, mais il a témoigné, avec des exemples concrets, ce que signifiait devenir vigneron, ou aller vivre à la campagne. Il détaille dans certains de ses livres les législations extrêmement complexes de l'administration japonaise, et les démarches à suivre pour produire du vin, qui peuvent servir de repère à ceux qui aspirent à planter leurs vignes, tout comme au grand public.
La triple catastrophe du 11 mars 2011 a évidemment beaucoup joué dans le changement de mentalité des Japonais. Il raconte qu'avant, c'étaient surtout des hommes quadragénaires, voire quinquagénaires, amateurs de vins et issus de milieux plutôt aisés (médecin, avocat ou ceux qui travaillaient dans les finances…) qui se reconvertissaient dans le vin en investissant ce qu'ils avaient gagné. Or, depuis huit ans maintenant, de plus en plus de jeunes couples s'installent dans différentes régions pour se consacrer à l'agriculture. Avant, les femmes étaient plutôt réticentes à suivre leurs maris dans l'accomplissement de leur "rêve" de faire du vin. Désormais, les jeunes femmes, soucieuses de l'environnement dans lequel évoluent leurs enfants (à venir, parfois) peuvent prendre l'initiative de cette nouvelle vie. La preuve : on compte 30 % de "vigneronnes" qui produisent du vin japonais.
"Le milieu du vin peut être le plus moderne dans le monde de la production". C'est ce qu'on entend souvent dans le milieu du vin japonais. Les techniques de fabrication, les erreurs que l'on risque de commettre ou les astuces se trouvent facilement sur les sites en libre consultation. Les femmes y participent, les relations sont franches et claires. Ce milieu est né assez récemment au Japon, ce qui lui a sans doute évité d'être contaminé par les vieilles coutumes machistes ou fermées qu'on peut trouver dans certains milieux traditionnels de ce pays.
Certains disent que le prix des vins japonais, qui ne sont pas forcément les moins chers compte tenu de la main-d'œuvre, risque d'être un frein à leur popularisation. Mais ce ne sont pas les vins japonais qui coûtent cher, ce sont les alcools qui ne sont pas "assez chers" au Japon. Les bouteilles de vin vendues dans les supermarchés, que ce soient les *kokusan wain* ou les vins étrangers, ne coûtent parfois que 500 yens (3,5 €). Une bouteille de boisson alcoolisée de 350 ml ne coûte que 100 yens (moins de 1 €) dans les *konbini*, ces supérettes ouvertes 24h/24. Difficile, dans cette situation, de convaincre les gens que les vins peuvent être délicieux, mais que les bouteilles peuvent être vendues 20 €… Une situation dont se plaignent également les producteurs de saké. Les saké de qualité demeurent toujours abordables, en comparaison des vins européens, mais les Japonais trouvent leurs prix trop élevés.
Aussi étrange que cela puisse paraître, les Japonais, pendant longtemps, n'ont pas fait attention au contenu qu'ils buvaient. Les grands collectionneurs de vins sont vraiment des exceptions. L'alcool était un moyen de communication entre hommes, qui "allaient boire" en ne mangeant que très peu. Et cette tendance ne s'est pas complètement estompée. Une personne travaillant dans une grande entreprise de produits alcoolisés m'a un jour confié : *"lorsque nous regardons les produits qui se vendent le mieux chez nous, il apparaît clairement que la plupart des Japonais ne cherchent qu'à se saouler…"* . Suite à l'accord de libre-échange conclu avec l'Union européenne cette

année qui abolit les taxes d'importation sur les vins européens, les prix de ceux-ci sont en baisse, la concurrence est donc encore plus rude.
Lorsqu'un étranger voyage au Japon, il a tendance à vouloir s'y immerger complètement, en allant dans les *izakaya* (bar à la japonaise) et en commandant du saké... Mais ceux qui connaissent un peu ce pays doivent bien savoir que c'est en assimilant les éléments venant de l'extérieur que le Japon a construit sa propre identité. Alors, pourquoi se limiter aux sakés, bières et whisky japonais, dont les deux derniers sont d'ailleurs des boissons d'origine étrangère ? À ceux curieux de découvrir les vins japonais, TAMAMURA Toyoo suggère de demander dans les restaurants s'ils ont des vins locaux sur leur carte. Si dans les supermarchés, on peut hélas encore tomber sur des vins de production japonaise qui ne valent pas la peine d'être goûtés, ce n'est plus le cas des bouteilles choisies par les restaurateurs. L'intérêt manifesté par les étrangers peut les inciter à en mettre davantage dans leur carte.
Malgré les réticences et les résistances de certains, les choses avancent. Depuis la parution de son ouvrage-manifeste *Chikuma wine valley* il y a six ans, TAMAMURA Toyoo a réalisé la plupart des projets qu'il avait lancés. Son "académie du vin" attire ceux qui désirent se plonger dans l'univers des vignerons, et les anciens élèves en produisent déjà. Il a également retapé une ancienne boutique dans un village, celle d'un caviste de saké, afin de faire renaître ce lieu de rencontre et de vie des villageois. Dans le même village, aidé par les habitants, il a transformé une ancienne maison traditionnelle en auberge pour permettre aux amateurs de vin de venir faire du tourisme vinicole. On est surpris par la vitesse à laquelle il réussit à mettre en œuvre ses projets. Mais il affirme que pour instaurer une dynamique au sein de cette communauté, il faudrait d'abord avoir l'appui des municipalités, capables de concevoir une vision (rajeunir la population, accueillir de nouveaux agriculteurs, concevoir un village écotourisme par exemple). Et il a mille fois raison lorsqu'il ajoute que, pour que la région puisse, sur le long terme, rester productrice de vins de qualité et de terroir, elle devrait avoir un socle de formation, une université dotée d'une section œnologie et agronomie, spécialisée dans la fermentation et le brassage.
"Il y a ceux qui mettent en doute le fait de rassembler plusieurs producteurs dans la même zone. Moi je n'y vois que des avantages. Même si la composition de la terre et le climat sont identiques, selon l'exposition du sol, le type de vigne, le moment de la récolte ou la vinification, les vins produits ne seront pas du tout les mêmes. Il n'y a pas qu'une seule solution, il n'y a que des évolutions permanentes. C'est cela qui est passionnant : une bouteille de vin est à la fois l'expression du terroir et celle de la personne. Beaucoup de producteurs que je connais, qui sont encore loin de gagner une fortune, disent qu'après une journée de labeur, contempler leurs vignes chasse toute leur fatigue. Pour une agriculture, il faut une belle vue, une belle vision. Le résultat de son travail en paysage", remarque-t-il encore.
"Ce qui est passionnant avec le vin, c'est la métamorphose permanente. Même chez un même producteur, avec le même cépage, on peut toujours avoir une surprise. En ouvrant une bouteille, ou en laissant les bouteilles reposer dans les caves... On ne tombe jamais dans la routine avec les vins, et surtout c'est réjouissant de pouvoir assister à toutes ces évolutions vertigineuses du vin japonais", ajoute KAKIMOTO Reiko, de son point de vue de passionnée.
Des dizaines d'années d'efforts des producteurs expliquent l'engouement actuel. *"Ce qui est bien avec le vin, c'est qu'avec les vignes, on introduit une vision du temps à long terme. Pour produire du vin, il faut d'abord planter des vignes, attendre cinq ans avant de pouvoir récolter. Les bouteilles peuvent mûrir avec le temps, et les vignes seront toujours là après ma mort. Après mon départ, ce serait merveilleux si mon village continuait à prendre soin de mes vignes, avec juste une légende indiquant* 'il paraît que c'est un certain TAMAMURA qui les a plantées ici...'*"*, lance TAMAMURA Toyoo en souriant.

SEKIGUCHI RYÔKO


Célia Bonnin pour Zoom Japon

Spécialiste du vin japonais, TAMAMURA Toyoo défend une production qui s'améliore avec le temps.

TENDANCE Un secteur plein de promesses

Même si les quantités produites restent modestes, les conditions sont réunies pour passer au stade supérieur.

L'heure du vin japonais semble enfin avoir sonné. Après avoir été considéré pendant de nombreuses années comme un simple marché d'importation pour les producteurs européens, américains et australiens, le Japon est en train de devenir un producteur de vins fins qui retiennent chaque jour un peu plus l'attention des experts étrangers.

Tout a commencé en 2013, lorsqu'un vin blanc de la préfecture de Yamanashi, le Gris de Kôshû du vignoble Grace 2012, a remporté une médaille d'or aux Decanter Asia Wine Awards, parrainé par le magazine britannique *Decanter*. Mais avant cela, en 2004, un autre vin originaire de Yamanashi, *Aruga Branca*, avait remporté une médaille d'or dans un concours français. Ces premiers exploits ont fait taire tous les détracteurs qui se moquaient sans cesse des vins de Kôshû, en premier lieu YAMAMOTO Hiroshi, qui s'était rendu célèbre pour avoir dit que cette région était *"essentiellement dépourvue" de personnalité - comme les femmes japonaises"*.

La popularité croissante des "vins du Japon" est un phénomène assez récent, qui résulte d'un certain nombre de facteurs. D'une part, selon le sommelier de renommée internationale et éditeur du magazine *Vinothèque*, TASAKI Shin'ya (voir pp. 12-14), les médias locaux sont toujours à la recherche du prochain événement majeur et c'est maintenant au tour du vin. De nombreux magazines et sites Internet rapportent des histoires de producteurs locaux et conseillent à leurs lecteurs de faire correspondre les vins à la nourriture. D'autre part, l'industrie vinicole a enfin compris ce qu'il fallait entreprendre pour faire passer le vin japonais à un niveau supérieur.

Pendant de nombreuses années, les producteurs ont suivi des pratiques obsolètes vieilles de plusieurs décennies, se contentant d'approvisionner leur petit marché local. Cependant, ces personnes approchent maintenant de l'âge de la retraite (l'âge moyen des agriculteurs de la préfecture de Yamanashi, premier producteur de raisins au Japon, était de 68,2 ans en 2015) et sont progressivement remplacées par une génération plus jeune qui ne craint pas d'essayer de nouvelles méthodes. Certains agriculteurs, par exemple, plantent maintenant des vignes à plus haute altitude et en rangées bien ordonnées, dans le style européen, au lieu de la pergola traditionnelle. Ceci est censé aider à augmenter la maturité pendant l'été tristement humide du Japon. Même ARUGA Hiro, viticulteur de troisième génération de la famille ARUGA, médaillée d'or, a étudié et travaillé en Bourgogne avant de rejoindre son père. Il fait partie de la jeune génération de producteurs qui sont allés faire leurs classes en Europe et qui appliquent maintenant leurs connaissances aux climat et environnement japonais très différents de ce qu'ils ont rencontré lors de leur séjour à l'étranger.

Une contribution importante à la crédibilité internationale du vin japonais a été apportée en octobre dernier lorsque le gouvernement a adopté une nouvelle loi qui établit une distinction importante entre le *kokusan wain* (vin national) et le *nihon wain* (vin du Japon). Les vins issus d'un mélange de raisins locaux et importés appartiennent à la première catégorie (voir pp. 6-9). Bon marché, ils sont fabriqués par de grandes entreprises telles que Suntory et le Château Mercian du groupe Kirin, que l'on trouve dans tous les supermarchés japonais. Les seconds, au contraire, sont élaborés avec des raisins 100 % japonais. En outre, pour obtenir une étiquette AOC (Appellation d'Origine Contrôlée), ils doivent être composés d'au moins 85 % de raisins de ladite région. Certes, à proprement parler, il n'y a pas de vigne proprement japonaise. Par exemple, une analyse réalisée à l'Université de Californie à Davis a montré que le Kôshû est un hybride composé principalement de *vitis vinifera* (espèce de raisin européen comme le chardonnay) et asiatique. Cependant, il a évolué localement au fur et à mesure des siècles écoulés et est donc considéré comme un cépage autochtone.

Un nombre croissant de petits établissements vinicoles ont relevé le défi de produire des vins de grande qualité, 100 % japonais. Le marché national était autrefois dominé par Suntory et d'autres grandes entreprises, mais en 2004, de nouvelles réglementations ont facilité la création d'établissements vinicoles de luxe. Cette nouvelle concurrence semble avoir eu une influence positive sur les entreprises grand public qui cherchent actuellement des moyens de fabriquer des produits de meilleure qualité. Les quatre principaux producteurs de boissons prévoient également de doubler la superficie de leurs vignobles d'ici 2027 pour atteindre un peu moins de 20 % de l'ensemble des cultures de raisins au Japon.

En février, le gouvernement japonais a apporté une contribution importante aux viticulteurs - et au marché du vin en général - avec la conclusion du traité de libre-échange avec l'Union européenne (UE) visant à éliminer mutuellement les obstacles tarifaires et non tarifaires sur les importations de vin et de produits alimentaires. Jusqu'à présent, avec des taxes douanières allant jusqu'à 94 yens par bouteille de vin, le marché européen était pratiquement fermé aux vins japonais. Les exportations de vin de Yamanashi ont été multipliées par 20 au cours des cinq dernières années, mais leurs principaux marchés extérieurs ont été l'Asie et l'Amérique du Nord. Ainsi les exportations de vin vers l'UE, en 2016, n'ont représenté que 10 kilolitres pour un total de 15 millions de yens. Le nouvel accord devrait faciliter considérablement les choses à cet égard. Bien sûr, le traité est valable dans les deux sens, ce qui signifie que les importations de vin européen augmenteront également, mais ce nouveau défi devrait fournir aux producteurs japonais un nouvel élan pour réduire l'écart existant avec l'Europe.



Eric Rechsteiner pour Zoom Japon

Les producteurs plus jeunes ont fait évoluer les techniques de culture.



Eric Rechsteiner pour Zoom Japon

Le regard sur le vin du Japon a changé lorsqu'un vin de Kôshû a décroché, en 2013, une médaille d'or aux Decanter Asia Wine Awards.

Le Japon demeure un nouveau venu sur la scène vinicole internationale et il lui reste encore beaucoup de travail à accomplir pour atteindre les niveaux d'autres producteurs. Selon une enquête de 2016 de l'Organisation internationale de la vigne et du vin (OIV), par exemple, les exportations de vin japonais ne représentaient qu'une infime quantité de 56 kilolitres. En comparaison, les poids lourds mondiaux tels que l'Espagne, l'Italie et la France ont exporté respectivement 2,28 millions, 2,10 millions et 1,50 million de kilolitres. Cependant, alors que seulement 0,35 % du vin local est exporté, le pourcentage de vin japonais vendu sur les marchés étrangers a régulièrement augmenté. Par exemple, entre 2015 et 2016, les exportations ont enregistré une augmentation de 30 %.

En attendant, les consommateurs japonais prêtent enfin attention à ces "vins du Japon". Jusqu'en 2003, c'était encore considéré comme une nouveauté et même à Tôkyô, il n'était pas facile d'en trouver. De nos jours, cependant, la plupart des magasins proposent au moins quelques références, tandis que plusieurs bars et restaurants consacrent tout leur espace de vente à la production locale. Selon un rapport publié en 2016 par Wine Intelligence, le nombre de consommateurs ayant déclaré avoir essayé des "vins du Japon" est passé de 21 % à 27 % en 2014, tandis que plus de la moitié des personnes interrogées ont déclaré en avoir acheté au cours des six derniers mois.

Ces vins représentent environ 5% du total écoulé dans le pays. Le "vin du Japon" dans sa définition officielle représente moins de 20 % du vin total fabriqué au Japon. Ces chiffres restent plutôt insignifiants par rapport à la consommation globale de vin au Japon, mais ces quantités devraient augmenter dans les prochaines années, car la qualité des vins produits par des viticulteurs japonais est amenée à s'améliorer.

Le récent engouement à l'égard du vin s'est accompagné d'une tendance à la hausse des quantités de raisins de cuve produites dans le pays. Il n'y a pas si longtemps, les agriculteurs japonais ne produisaient que des raisins de table dont les restes et la production excédentaire étaient utilisés pour la fabrication du vin. Cependant, une étude menée par le ministère de l'Agriculture, des Forêts et des Pêches révèle que 17 280 tonnes de raisin de cuve ont été produites en 2015, ce qui constitue le plus haut niveau depuis 2003, année où l'on a commencé à tenir ces statistiques.

Au bout du compte, le bon vin japonais semble avoir un avenir prometteur, en particulier après que le Kôshû et le Muscat Bailey A aient reçu la reconnaissance convoitée de l'OIV. Leur succès international va sûrement encourager d'autres viticulteurs à améliorer leurs méthodes de production et d'étiquetage.

Jean Derome

SAVOIR-FAIRE Les Japonais sont au niveau

Pour TASAKI Shin'ya, l'un des meilleurs spécialistes mondiaux du vin, la production nippone ne manque pas de caractère.

Quand on évoque le vin japonais, peu de gens sont aussi compétents que le sommelier et expert en spiritueux, TASAKI Shin'ya. Diplômé de l'Académie du vin de France (cours de sommelier), il a remporté en 1983, à l'âge de 25 ans, le troisième Concours de sommeliers du Japon et en 1995, il a été reconnu meilleur sommelier du monde. *Zoom Japon* l'a rencontré à Tôkyô pour parler du présent et de l'avenir du vin nippon.

J'ai entendu dire qu'à l'origine, vous vouliez être chef de cuisine. Comment avez-vous fini par devenir sommelier ?

TASAKI Shin'ya : C'est une histoire assez simple. A mes 16 ans, lorsque j'ai décidé de travailler dans la restauration, le métier de sommelier n'était pas une profession bien établie au Japon. Il était alors impossible d'obtenir une licence. Au début des années 1970, la seule carrière qui s'offrait était celle de chef. J'ai donc commencé à travailler dans un restaurant japonais, puis dans un établissement de cuisine française. Là, j'ai été fasciné par le service accordé au client. Dans les restaurants japonais traditionnels, il s'agit d'un travail réservé au personnel féminin. les hommes préparent la nourriture et les femmes s'occupent des clients. Mais dans les restaurants français, de nombreux hommes travaillent également dans le service. Je suis donc passé au service, voulant devenir maître d'hôtel. Mais à l'époque, je ne connaissais rien au vin, je n'en avais même jamais goûté. C'était un handicap puisque dans les restaurants français, bien sûr, la plupart des clients boivent du vin. Donc, à partir de 19 ans, j'ai passé trois ans en France pour apprendre tout ce que j'avais besoin de savoir et j'ai finalement obtenu mon diplôme d'une école de sommelier.

Après mon retour au Japon, j'ai remporté le concours national de sommelier. Tout à coup, tout le monde a voulu me parler du vin, en particulier de la façon de mieux marier le vin et la cuisine japonaise - une chose encore inconnue à ce moment-là. J'ai donc finalement décidé de devenir un sommelier professionnel.

Au Japon, le vin n'a pas la même cote de popularité qu'en France ou en Italie où il est consommé quotidiennement. Quelle est l'image actuelle du vin au Japon ?

T. S. : Bien sûr, le marché local n'est pas aussi important qu'en Europe. Cela s'explique par le fait que, comparé à d'autres pays, le Japon offre un choix plus large de boissons alcoolisées plus traditionnelles comme le saké, la bière ou encore le *shôchû* (alcool distillé notamment à partir de patates douces), et que les gens boivent des spiritueux différents en fonction de la nourriture ou de la saison. Par ailleurs, le vin n'est plus considéré comme aussi exotique qu'il y a dix ans. La plupart des gens ont bu du vin au moins une fois dans leur vie et beaucoup le font assez régulièrement.

Une autre différence intéressante, c'est qu'en France ou en Italie le vin fait partie du quotidien. Depuis leur enfance, les Français ou les Italiens sont habitués à voir une bouteille de vin sur la table. Ils en boivent parce que la nourriture associée au vin a meilleur goût. C'est quelque chose qu'ils font sans trop y penser. Au Japon, par contre, les gens consomment de l'alcool pour se sentir bien, parfois jusqu'à se saouler, perdant ainsi toute inhibition et communiquant librement avec les autres. Dans de nombreuses situations sociales, boire est une chose essentielle. Vous pouvez grignoter quelques collations, mais la nourriture et l'alcool ne vont pas nécessairement de pair au Japon. Par exemple, de nombreux amateurs de vin se rendent dans un bar à vin après le dîner, histoire de goûter du bon vin.

Pendant longtemps, les Japonais n'ont bu que du vin étranger. Leur appréciation du vin japonais a-t-elle changé récemment ?

T. S. : Il est vrai que par le passé, la qualité moyenne du vin japonais n'était pas suffisante pour rivaliser avec les produits venus de France, d'Italie et d'autres pays. La production de vin au Japon remonte aux années 1870, mais ce fut un grand flop. Dans les décennies suivantes, le vin fortifié (additionné d'eau-de-vie ou d'un autre alcool distillé, ou d'épices) a fait fureur et jusqu'aux années 1960, les Japonais ne buvaient que du porto et d'autres vins doux. Dix ans plus tard, le vin allemand est devenu très populaire. Les clients de nombreux restaurants français huppés étaient des médecins qui avaient étudié en Allemagne. Ils avaient donc tendance à préférer le vin allemand. Le Mateus Rose, un mousseux portugais, était un autre vin très apprécié à l'époque. Vers 1990, et en 1994-1995, une société japonaise a commencé à importer du vin espagnol très bon marché à 290 yens (2,50 €) par bouteille. De même, en 1997, il y a eu un engouement pour les polyphénols, favorisant les ventes de vin rouge en raison des avantages du polyphénol pour la santé. On peut donc dire que le vin est devenu très populaire au Japon il y a 20 ou 30 ans.

Qu'en est-il du vin produit dans l'Archipel ?

T. S. : Comme je le disais, les premières tentatives de vinification remontent au XIX[e] siècle, mais jusqu'à ces dernières années, les marques locales n'étaient pas vraiment prises en compte lors de la recherche d'un bon vin. Pendant très longtemps, seul le raisin de table était cultivé au Japon. Lorsqu'il était jugé insuffisant pour la consommation ou



Eric Rechsteiner pour Zoom Japon

que la récolte dépassait la demande, on le destinait à la production de vin. Comme vous pouvez l'imaginer, utiliser des raisins de table n'est pas la meilleure option pour faire du bon vin. Les choses ont changé au cours des 20 dernières années, en partie après que le cabernet sauvignon et le chardonnay soient devenus célèbres dans le monde entier et que de nombreux établissements vinicoles se soient multipliés dans plusieurs régions. Plus récemment, un changement de génération a également contribué à l'émergence d'une approche différente de la vinification. En 2002, par exemple, j'ai entamé une collaboration avec un vignoble implanté à Nagano afin de produire un vin de qualité AOC. Le problème est que pendant trop d'années, les viticulteurs japonais se sont contentés de fabriquer un produit de qualité inférieure pour le marché local. Comme on pouvait s'y attendre, les résultats ont été assez décourageants, car 80 % du vin produit au cours de la première année était mauvais. Heureusement, les leçons des erreurs passées ont été tirées. A Nagano, à Yamanashi, à Hokkaidô et dans d'autres préfectures, la production est désormais d'un tout autre niveau.

Il est donc devenu plus facile de présenter du vin japonais à vos clients ?
T. S. : Ils sont nettement plus ouverts au vin local. Dans le quartier de Nihonbashi à Tôkyô, par exemple, je collabore avec un restaurant qui ne propose que 300 vins différents de Yamanashi. De plus, je suis consultant pour un restaurant à Shinjuku, qui dispose de 400 références japonaises.

La plupart des vignobles sont concentrés dans les préfectures de Yamanashi, de Nagano, de Hokkaidô et de Yamagata (voir carte pp. 4-5). Quelles sont les différences entre eux ?
T. S. : Chaque région a des conditions météorologiques et climatiques particulières qui affectent évidemment la production de vin. De plus, les Alpes japonaises au centre de Honshû créent un fossé climatique énorme entre le Japon occidental et le Japon oriental. Hokkaidô, par exemple, se distingue du reste du pays en raison de son climat beaucoup plus sec et du réchauffement climatique en cours qui rend cette région encore meilleure pour la culture de la vigne. Des domaines viticoles s'ouvrent un peu partout dans le nord et dans un avenir pas si lointain, Hokkaidô s'imposera comme la meilleure région productrice de vin du Japon. Nagano est un autre domaine qui est positivement affecté par les températures moyennes plus élevées. Étant une préfecture montagneuse, il était auparavant impossible de cultiver du raisin à plus de 400 mètres d'altitude. Mais maintenant, on trouve des vignobles allant même jusqu'à 800 mètres. Yamanashi, au contraire, est entourée de montagnes et ses précipitations annuelles sont similaires à celles de Bordeaux. Cependant, alors qu'en France, il pleut principalement en hiver lorsque les raisins ne poussent pas, à Yamanashi, il pleut beaucoup en juin, août et septembre, et la région en forme de bassin a tendance à se réchauffer pendant l'été. Un autre problème courant au Japon est qu'à l'automne, au moment où les raisins mûrissent, il pleut beaucoup et nous avons même une saison des typhons, ce qui fait que le taux d'humidité est très élevé. De manière générale, il est beaucoup plus facile de produire du vin blanc de qualité internationale au Japon que de faire du vin rouge. Un exemple typique d'excellent vin blanc japonais est le Kôshû, au goût léger et moelleux, qui se marie très bien avec le poisson et la cuisine japonaise.

Tôkyô n'est pas a priori une région viticole, mais j'ai récemment entendu parler d'un projet dans l'arrondissement de Nerima.
T. S. : C'est un domaine viticole qui utilise une variété de raisin de table appelée Takao qui pousse dans cette région. Croyez-le ou non, il existe même un viticulteur baptisé Fukagawa dans le quartier Kôtô. Bien sûr, il n'y a pas de vignoble dans cet arrondissement, donc le terme “vignoble” est impropre. Il achète simplement du raisin ailleurs et fabrique son vin qui sera écoulé ensuite dans son restaurant. Si la capitale est pleine de surprises, même en ce qui concerne la vinification, ces deux projets sont des vins mineurs qui ne peuvent être comparés à des marques bien meilleures. Plus que Tôkyô, la préfecture de Saitama, située juste au nord, semble être une région prometteuse en la matière. Les conditions sont réunies pour y accomplir de grandes choses.

Selon vous, quelle est la meilleure façon de déguster le vin japonais ?
T. S. : Comme il pleut beaucoup au Japon, les vins locaux sont plutôt frais et légers. Quelque chose comme le vin blanc Kôshû accompagne très bien la cuisine japonaise, en particulier la cuisine traditionnelle servie dans les restaurants. Ainsi il s'accorde bien avec un plat de *tempura* et même des sushis de poisson blanc, de saumon ou de pétoncles japonais. Mais pas de thon.
En outre, un vin rouge intéressant, récemment reconnu au niveau international, est élaboré à partir d'une variété de raisin de Niigata appelée Muscat Bailey A. Il a un goût de fraise et accompagne parfaitement les plats de poisson, de porc et de poulet cuisinés à la façon *teriyaki*.

Pensez-vous que le vin japonais a un avenir au niveau international ?
T. S. : Depuis la nouvelle loi enfin adoptée l'année dernière qui établit des règles plus strictes pour définir ce qui peut être désigné “vin du Japon” *(nihon wain)* par opposition à “vin de production nationale” *(kokusan wain)*, on peut estimer que c'est un grand pas en avant pour rendre le vin japonais plus crédible au niveau international. Dans le même temps, de plus en plus de vignobles se créent un peu partout. C'est maintenant le bon moment de faire connaître les produits japonais, car la tendance générale des consommateurs, même à l'étranger, est de boire des vins au goût léger, à l'instar de ceux fabriqués au Japon. Même lors du G20 qui s'est tenu à Ôsaka en juin, nous n'avons servi que du vin local et ce fut un grand succès.

PROPOS RECUEILLIS PAR JEAN DEROME


TOZANDO, la marque synonyme
d'équipement d'arts martiaux
Made in Japan
de haute qualité
arrive enfin à PARIS!
Exposition à la librairie Junkudo (Paris)
du 13 au 19 novembre de 10:00 à 20:00
(Fermé le dimanche 17)
PHOTO SHOOTING
Le samedi 16 novembre
de 10h00 à 20h00
Venez essayer nos costumes traditionnels
d'arts martiaux, de samurais, et faites-vous
immortaliser par notre photographe.
JUNKUDO
パリ・ジュンク堂書店
PARIS
18 rue de Pyramides 75001 Paris

EXPÉRIENCE Le nouveau terroir de M. Ôoka

Bien décidé à faire d'Okayama une nouvelle terre de production, le vigneron multiplie les initiatives.

Bien que le nombre de vignerons reste encore limité au Japon, nous trouvons tous les types de profils : autodidactes, formés dans une grande entreprise ou à l'étranger, affaires familiales… ÔOKA Hirotake est une figure singulière dans ce milieu, car il a non seulement été formé depuis son plus jeune âge en France, mais a aussi monté son propre vignoble La Grande Colline dans la vallée du Rhône, après être passé chez Thierry Armand, célèbre producteur de vin nature. Il est internationalement reconnu et respecté parmi les producteurs français.

Son retour au Japon a surpris tout le monde, sauf lui-même, sans doute. Il savait qu'avec son expérience, rester en France lui permettrait d'avancer encore et de faire quelque chose de merveilleux avec le vin, mais il voulait tenter de mettre en pratique son savoir-faire dans le terroir japonais forcément plus difficile, et de transmettre le goût des vins natures aux Japonais. Il s'est ainsi réinstallé dans son pays natal après vingt ans de vie en France. Il a choisi la région d'Okayama, dont le climat ressemble à celui de Cornas avec un bon ensoleillement et une terre bien drainée. La région est réputée pour ses cultures fruitières, notamment pour sa production de raisins de la plus haute qualité depuis plus de cent ans. Ces raisins cultivés avec le plus grand soin, avec une méticulosité toute japonaise, sont envoyés dans les boutiques de luxe des grandes villes comme Tôkyô, Ôsaka… Mais ÔOKA Hirotake s'est vite rendu compte du vieillissement de la population locale, alors que c'était aussi en partie pour l'éducation de ses enfants qu'il était rentré au Japon. La plupart des agriculteurs ont plus de soixante-cinq ans, et abandonnent leurs terres… La culture est chronophage, et très peu de jeunes reprennent les affaires. Actuellement, le nombre d'agriculteurs est en baisse constante.

Il a alors encouragé les producteurs de la région à cultiver ses raisins, les convertissant au biologique pour ses vins. Il explique que la culture des raisins pour les vins ne nécessite qu'un cinquième du temps de celui nécessaire à la culture des raisins de luxe. Plusieurs producteurs ont répondu à sa proposition. Il a pu produire son premier vin avec le muscat d'Alexandrie, une variété traditionnellement cultivée à Okayama. Il aimerait ainsi redonner de la vitalité à la région tout en développant sa production.

Il travaille notamment avec HAYASHI Shingo, un agriculteur spécialisé dans la culture du raisin, pour créer de nouveaux cépages locaux résistants au climat japonais, afin de se lancer dans la culture des vignes qui ne nécessiteraient aucun traitement. Il a planté plusieurs variétés dans une parcelle presque sauvage, pour essayer de déterminer lesquelles pourraient supporter la culture biologique. Il est aussi bien évidemment important d'examiner la qualité du goût des raisins propices à la préparation du vin.

Ici, "prendre le temps qu'il faut" est la règle d'or. Car si on réussit à déterminer les variétés les plus adaptées au climat d'Okayama, il faut parfois faire des croisements, les faire pousser, vérifier le taux de sucrosité, la résistance, préparer les pieds et les planter en quantité suffisante pour la production de vin. Ce n'est qu'après que l'on peut vraiment savoir si c'est ce cépage qui va être utilisé.


Eric Rechsteiner pour Zoom Japon

Après une longue expérience en France, ÔOKA Hirotake s'est installé à Okayama.



Eric Rechsteiner pour Zoom Japon

C'est un travail d'Hercule sinon de Sisyphe. Mais les visages de ces deux hommes sont radieux. M. HAYASHI affirme que la passion et l'envie de voir apparaître un bon vin dans la région le poussent à travailler avec patience. Investir en tant que privé dans ce travail de longue haleine de création de cépages croisés est loin d'être simple. *"Il ne faut pas trop en parler à nos femmes, qui nous critiqueraient en disant que nous ne parlons que des rêves propres aux hommes…"*, disent-ils en riant.

ÔOKA Hirotake produit également du vin avec un cépage appelé Shôkôshi, issu d'un croisement avec une variété endémique, le *yamabudô* (raisin de montagne), résistante aux maladies et qui permet donc une culture organique. Et pour certains cépages difficiles à cultiver dans l'Archipel à cause de la pluie, il propose d'utiliser les serres en verre, propres à Okayama qui existent depuis plus de cent ans grâce à la culture des arbres fruitiers. Ainsi, les serres traditionnelles ne sont plus abandonnées faute d'usage, et les raisins n'attrapent pas de maladie à cause de l'humidité. Les faire pousser en bord de serre avec les racines à l'extérieur, élimine également le problème de l'arrosage. ÔOKA Hirotake lui-même cultive la Syrah dans sa serre. Dans une autre parcelle, on aperçoit des pieds de Savagnin, et on devine qu'il est en pleine expérimentation pour apprendre à connaître son terroir. Parler du "terroir" n'est pas une évidence pour les vins au Japon, car il faut d'abord réfléchir à la nature de sa région, planter des vignes en harmonie avec la terre, imaginer un mode de production qui fonctionne sur le long terme, financièrement parlant, et pour les vignerons, et pour les producteurs de vin…

Ceux qui connaissent les vins réalisés par ÔOKA Hirotake au cours de sa période "France" affirment que l'on sent toujours, malgré le changement de lieu et de cépage, une "tonalité" qui lui est propre. Preuve que le vin est le résultat d'une osmose entre le travail des hommes et celui de la terre. Le cas d'ÔOKA est pour cela exemplaire : dès son retour au Japon, il a vu les terrains à développer, et a élaboré des projets dans plusieurs domaines, pour que la région se distingue par ses vins. Un projet né de la philosophie du "vivre ensemble".

Exemplaire aussi parce que c'est la philosophie de beaucoup de producteurs au Japon, peu importe la manière dont elle est appliquée. Nombreux sont ceux à avoir remarqué l'esprit d'entraide des jeunes producteurs. ÔOKA Hirotake propose, entre autres, des formations et des stages destinés aux jeunes passionnés, afin d'inciter les producteurs de vins à s'installer à Okayama.

Il a également pour objectif de rassembler les producteurs biologiques de tout genre (légumes, riz, fruits, éleveurs de porcs, de poulets, fermiers…) afin de mettre en place un cycle de production organique avec un recyclage des matières à tous les stades. Cette vision est suffisamment passionnante et lumineuse pour entraîner la jeune génération à très vite suivre ses pas.

SEKIGUCHI RYÔKO

BON À SAVOIR **Ces femmes qui défendent avec force le vin japonais**

Les femmes amatrices de vins japonais apportent leur force à chacune des étapes de la promotion de cette ambroisie.

D'abord les productrices. Le milieu du vin japonais a pu bénéficier de la présence des femmes, et la liste de celles qui réalisent un travail remarquable est heureusement longue. Chez Takeda Winery dans la préfecture de Yamagata, c'est KISHIDAIRA Noriko qui, après quatre ans de formation en France, a repris le vignoble familial, avec des vignes vieilles de 70 ans. IKENO Mie, responsable du vignoble Domaine Mie Ikeno, a arrêté son travail d'éditrice pour partir étudier à l'université de Montpellier et obtenir un diplôme de vinification. À son retour, elle a décidé de créer son "domaine" à Yamanashi, et de produire des vins issus uniquement de ses vignes, ce qui était encore très rare à l'époque. TAKANO Hiroko qui travaille comme responsable de vinification chez Fujikko Winery, a été formée par ASAI Usuke, et a apporté des améliorations considérables à ce vignoble tenu par une société agroalimentaire. MISAWA Ayano de Chûô Budôshu Grace Wine, a étudié en France, au Chili, en Afrique du sud et a créé une cuvée, produite avec un cépage endémique, le "Kôshû", qui a remporté le premier prix au concours international Decanter World Wine Award.

Et pour qu'un bon produit passe entre les bonnes mains, il faut avoir de bonnes vulgarisatrices :

KATORI Miyuki, LA journaliste spécialisée dans les vins et surtout japonais a publié plusieurs livres à ce sujet (guide, portraits de producteurs, livre de recettes qui s'accordent avec les vins japonais…) et a grandement contribué à la popularisation de ce domaine longtemps méconnu.

KAKIMOTO Reiko, également journaliste et amatrice de longue date de vins japonais, a non seulement écrit des articles, mais organise aussi régulièrement des visites des petits producteurs, ou des dégustations *koppu no kai* (soirée de tasse). Le concept étant de rendre les vins plus familiers, elle



propose de les boire dans des verres sans pieds. Elle soutient ainsi les petits producteurs qui n'ont pas les moyens de passer leur message tout seul.

Et enfin, pour être une bonne conseillère et bonne ambassadrice de ces vins, nous aimerions vous confier un secret et vous livrer l'adresse d'un lieu discret, mais délicieux et surtout humain comme on en trouve souvent à Kyôto. Tasuku (1F Yontomikaikan, 615 Nishidaimonji-chô, Tominokôji Shijô Agaru Chûkyô-ku, Kyôto 604-8054), c'est le nom de ce bar spécialisé dans les vins japonais, qui se trouve dans un quartier qui rappelle les années 1950-1960. Le mini-comptoir de huit personnes, souvent plein, est géré par une appassionata de vins de Yamanashi, IKENISHI Yuka. On peut y déguster une jolie sélection de bouteilles, avec un assortiment de petits mets qu'elle concocte elle-même. Un lieu privilégié pour entrer dans l'univers du vin japonais.

S. R.





Par le réalisateur de BANGKOK NITES

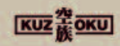
Après Fukushima,
les vies croisées
de deux moines zen

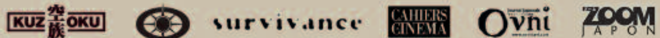
TENZO
典座

un film de
Katsuya Tomita

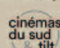
AU CINÉMA LE 27 NOVEMBRE

Avec : Chiken Kawaguchi, Shinko Kondo, Ryugyo Kurashima, Shuntou Aoyama, Shunsai Yamada / Réalisation : Katsuya Tomita / Scénario : Toranosuke Aizawa, Katsuya Tomita / Image : Studio Ishi (Takuma Furuya, Masahiro Mukoyama)
Son : Iwao Yamazaki / Musique : Ubaguchi Takeno Kai, Suri Yamuhi And The Babylon Band, NORIKIYO / Producteurs associés : Terutaro Osanai, Atsuko Ohno, Ryohei Tsutsui / Production : All-Japan Soto Young Priests Association / Distribution : Survivance







RENCONTRE **Histoire d'une experte éclairée**

Eric Rechsteiner pour Zoom Japon

"Experte en vin", Ichikawa Mariko aide un de ses amis à organiser des séances de dégustation.

Curieuse et ouverte au monde, Ichikawa Mariko a fait de son intérêt pour le vin un trait de sa personnalité.

Lorsque les Japonais décident de se lancer dans une activité, ils s'efforcent en général de maîtriser leur nouvelle passion. Les amateurs de vin ne font pas exception. Ils potassent des ouvrages, assistent à des cours et à des dégustations afin d'en apprendre le plus possible. Ensuite, il y a ceux qui en font un peu plus. Ichikawa Mariko en est un exemple.

Née et ayant grandi à Tôkyô, elle n'est pas une professionnelle du vin (elle travaille pour un fabricant d'équipement médical dans la capitale), et ne se considère pas particulièrement informée sur le sujet. Pourtant, elle peut se présenter officiellement comme une "experte en vin".

"L'Association japonaise des sommeliers propose deux types de diplômes. Le premier est celui de sommelier et l'autre offre le statut d'expert", explique la jeune femme. *"Pour être qualifié de sommelier, vous devez acquérir une certaine expérience professionnelle dans les restaurants et réussir un test de service à la table. Les aspirants experts ne sont testés que sur les connaissances théoriques et la dégustation même s'il s'agit que d'un simple*



Eric Rechsteiner pour Zoom Japon

passe-temps. C'est ce que j'ai fait et j'ai maintenant le titre d'experte en vin."

Entre autres choses, ICHIKAWA Mariko utilise ses connaissances pour aider un ami à organiser, tous les mois, des séances de dégustation de vin. *"Mon ami est un petit importateur de vin français. Il se rend régulièrement dans le sud de la France en quête de vin naturel élaboré avec le moins d'éléments chimiques possibles. C'est tellement bon que vous pouvez faire la différence dès que vous y goûtez. Il défend aussi du vin japonais produit dans la préfecture de Nagano."*

Son intérêt pour les "gouttes de dieu" rouges et blanches remonte à son enfance alors qu'elle grandissait dans une famille où l'on buvait du vin. *"Ma mère était particulièrement friande de vin"*, se souvient-elle. *"Elle préférait les vins avec du caractère plutôt que les vins légers qui étaient et sont à certains égards toujours populaires au Japon. Je suppose que les goûts de ma mère m'ont beaucoup influencée, car je préfère aussi les vins corsés."*

Mariko admet qu'elle a goûté au vin pour la première fois à 18 ans (l'âge minimum requis pour boire de l'alcool au Japon est 20 ans) alors qu'elle était encore étudiante. Elle aime tous les types d'alcool, de la bière au saké, en passant par le *shôchû*, mais elle reconnaît que le vin demeure toujours sa boisson de prédilection. *"Pour moi, comparé à la bière et au saké, le vin est à la fois facile à boire et à accompagner avec de la nourriture"*, dit-elle. *"J'aime beaucoup la bière, mais cela dépend de la saison. Le vin, au contraire, est quelque chose que j'apprécie quel que soit le moment de l'année. Quand je mange au restaurant ou même quand je cuisine à la maison, je prends plaisir à choisir le bon vin pour accompagner ce plat. En particulier ces derniers temps, car lorsque vous achetez du vin, la plupart des bouteilles possèdent des explications sur l'origine, les caractéristiques, etc... du vin. Pour moi, cela fait également partie du plaisir."*

Lorsqu'on lui demande pourquoi elle a une préférence pour le vin, elle se remémore le temps où elle vivait aux États-Unis. *"J'ai d'abord fait mes études de troisième cycle à New York, où je me suis spécialisée dans le design de communication. Quand j'ai commencé à travailler, je voyageais dans tout le pays pour mon travail. Les réunions avec nos partenaires commerciaux pouvaient facilement être tendues. Il y avait beaucoup de discussions. Cependant, une fois la réunion terminée, nous allions tous dans un bar et partagions du vin, et les choses changeaient. La tension accumulée au cours de la journée disparaissait comme par magie, tout le monde prenait un visage heureux et devenait amical. Je suppose que j'ai été touchée par la façon dont le vin pouvait transformer l'attitude des gens de manière positive. Je me suis également intéressée à la culture et à l'histoire de la consommation du vin. J'ai aussi voulu comprendre pourquoi les gens de différents pays avaient des points de vue et des goûts différents en raison de traditions profondément enracinées"*, raconte-t-elle.

Ces soirées passées avec des amis et collègues étrangers l'ont amenée à penser au Japon. *"Mes collègues de Nouvelle-Zélande, par exemple, commandaient toujours du vin de leur pays. Ils expliquaient longuement ce qui, à leur avis, rendait ce vin si spécial. A l'époque, ma connaissance sur le vin et le vin japonais en particulier était très limitée. En écoutant toutes ces histoires et ces opinions, j'ai pris conscience de deux choses. D'une part, j'avais envie de mieux connaître le vin. De l'autre, j'ai compris que je devais mieux connaître le vin japonais. J'ai donc commencé à visiter des établissements vinicoles à Yamanashi, à Nagano et dans d'autres préfectures."*

A l'instar des Français et des Italiens, Mariko s'est habituée à boire du vin presque quotidiennement. *"J'en bois assez régulièrement, par exemple le soir quand je rentre du travail, pendant ou après un repas. Parfois, je vais à des événements et à des dégustations dans des restaurants, ou je rencontre mes amis et nous cuisinons ensemble. La saison où l'on peut observer les fleurs de cerisiers* (hanami) *et les pique-niques sont également des moments parfaits pour partager un bon vin. En fait, toute occasion est bonne de déguster du vin* (rires). *Auparavant, le vin était synonyme de cuisine occidentale, mais maintenant, il est de plus en plus associé à la cuisine japonaise. Quand je mange des sushis ou d'autres plats japonais, je préfère le vin blanc au saké"*, explique-t-elle.

Si elle a un penchant particulier pour les vins rouges, elle n'en demeure pas moins prête à faire des découvertes. *"J'ai commencé par les vins français et italiens - les grands classiques - mais j'ai rapidement essayé des vins d'autres pays"*, confie-t-elle. *"J'aime beaucoup "le vin d'or" et le vin américain. Par ailleurs, je ne mange pas de bonbons, mais j'aime le vin doux. Comme je l'ai dit, j'aime explorer et essayer des vins venus du monde entier, comme le Chili et l'Argentine. Ils sont relativement bon marché, mais très bons. Récemment, j'ai même acheté du vin d'Israël, de Bulgarie et du Moyen-Orient. Tôkyô est considérée comme une ville chère, mais on peut en trouver sans se ruiner."*

Récemment, elle a également pris goût au vin japonais. *"Chaque fois que je voyage à l'étranger, j'essaie le vin local parce que je pense qu'il a meilleur goût. C'est difficile à expliquer, mais cela me procure un sentiment de bien-être. J'ai donc de grandes attentes à l'égard du vin japonais aussi. Etant Japonaise, j'aime bien l'idée d'un produit élaboré au Japon à partir de raisins japonais par des Japonais et pouvant être apprécié tout en mangeant des produits locaux. Comparé à d'autres pays, le vin japonais est plus délicat. Un peu plus tôt, j'ai dit que j'aimais les vins corsés. Ils font encore partie de mes préférés, mais ces derniers temps, j'en suis venue à apprécier des saveurs plus légères et plus simples"*, reconnaît-elle.

"Je me suis rendue dans la préfecture de Yamanashi, où j'ai un ami fermier, et j'ai eu la chance de goûter à des vins intéressants qui étaient assez différents de ceux que je connaissais jusqu'à présent. Je sais à quel point il est difficile de cultiver le bon type de raisin et de produire un très bon vin. Aussi je pense que les viticulteurs et les producteurs locaux devraient bénéficier d'un plus grand soutien tout comme leurs produits d'ailleurs", conclut la jeune femme toujours avec le même sourire.

GIANNI SIMONE



POP'UP STORE

NATIV KENDAMA À ESPACE JAPON

Du mardi 19 au samedi 23 Novembre 2019
mardi/vendredi 13h à 19h et samedi 13h à 18h
12 rue de Nancy 75010 Paris



www.kendama-france.com / www.espacejapon.com

CULTE Le vin au cœur de la culture pop

Illustration de l'intérêt des Japonais pour le vin, l'existence de mangas, romans et autres films sur ce thème.

Si la passion des Japonais pour le vin est récente, les auteurs de mangas, de livres et de films n'ont pas attendu pour mettre ce nouveau sujet dans leurs récits.

Manga

Toute discussion portant sur le vin et la culture pop doit commencer par *Les Gouttes de dieu (Kami no Shizuku,* éd. Glénat*),* manga à succès imaginé par AGI Tadashi et illustré par OKIMOTO Shû. Le protagoniste, Shizuku, est le fils d'un célèbre critique de vin. A la mort de son père qui lui laisse une vaste et coûteuse collection de vins, il doit reconnaître et décrire 12 des vins préférés de son père pour en hériter. Le manga est magnifiquement dessiné et méticuleux dans sa présentation du vin, grâce aux vastes connaissances et à l'enthousiasme d'AGI Tadashi. Son énorme succès auprès des amateurs de mangas et de vins est principalement dû à la manière passionnante et peu orthodoxe avec laquelle il évoque le vin. Une des descriptions les plus célèbres compare l'arôme à un concert de rock, avec des notes de papillons dansant au-dessus d'un étang et un arrière-goût de Jésus-Christ et de ses disciples. Lorsque Shizuku goûte pour la première fois au Mont Perat, il a des visions floues, de musiciens grattant la guitare et de fans enthousiastes. Le groupe se révèle être Queen et l'acidité du vin est comparée à la voix de Freddy Mercury.

Les Gouttes de dieu ont eu une incroyable influence au point que les ventes des vins présentés ont augmenté de 130 % au cours de la première année de publication. La simple mention d'un vin pouvait suffire à augmenter ses ventes de 20 à 30 % au Japon et jusqu'à 50 % à Taïwan, en Chine et en Corée. La série s'est achevée au terme du 44e tome, tout en laissant quelques problèmes non résolus. Les auteurs ont donc décidé de s'y attaquer en créant une suite intitulée *Mariage*. Introduite par le slogan *"la longue quête touche à sa fin",* elle voit notre héros, Shizuku, compléter son parcours initiatique tout en recherchant le meilleur accord entre vin et nourriture. Selon la tradition, le vin est censé être apprécié avec la cuisine française ou italienne, mais les auteurs de cette histoire s'efforcent de prouver que la *"boisson des dieux"* peut être associée à n'importe quel type de nourriture et avec des résultats surprenants.

En matière de mangas, les jolies filles ne sont jamais loin. Plusieurs histoires publiées sous le titre *Wain Gâruzu* [Wine Girls] en sont l'illustration. La première a été écrite par SANADA Ikki, artiste manga, créateur de *dôjinshi* (revue indépendante de mangas) et grand amateur de vin. D'abord apparu sur Internet, puis sous forme de plusieurs volumes, le manga recourt à un procédé devenu très populaire : la personnification d'objets. Dans ses histoires, les 12 personnages principaux sont des cépages anthropomorphes, chacun ayant son propre visage et sa personnalité. En 2015, l'auteur a eu l'idée de présenter ses marques de vin préférées et ses zones de production aux fans de manga, et a commencé à soumettre ses dessins et histoires en ligne. Chaque fille est basée sur un raisin différent et a une personnalité qui reproduit quelque peu ses caractéristiques principales.

Le Cabernet Sauvignon, par exemple, est une fille vivante et curieuse aux cheveux courts, tandis que sa sœur aînée, Merlot, est une jeune femme plus mature et aux cheveux longs. Elles s'entendent très bien. En fait, ces deux cépages sont à la base de bon nombre des grands vins de Bordeaux. Les deux sœurs apparaissent dans le premier récit imaginé par SANADA. Entre autres personnages, on peut citer Gamay (utilisé pour le Beaujolais nouveau) qui incarne une fille polie mais enfantine, tandis que le Pinot Noir, cultivé en Bourgogne et réputé pour son goût soyeux, est représenté par une fille plutôt hautaine. Le Cabernet franc, en revanche, est un cépage qui prospère dans les climats plus froids et qui est incarné de manière appropriée par une fille qui aime les calembours et les mauvaises blagues. Non content de présenter uniquement les produits les plus connus et les plus populaires, SANADA Ikki explore de nouveaux horizons. Il assiste souvent à des dégustations de vin et à d'autres événements connexes pour découvrir des vins encore peu connus au Japon. Ne soyez donc pas surpris de trouver un vin thaïlandais appelé Malaga Blanc qui, dans le manga, a pris l'apparence d'une fille aux cheveux courts et à la peau brun clair. *Wain Gâruzu* est un *yonkoma*, un manga en quatre cases comportant de nombreuses notes à la fin de chaque épisode pour aider même les débutants à mieux appréhender un monde fascinant mais complexe du bon vin.

Le deuxième titre de la série *Wain Gâruzu* a été créé par MATSUYAMA Sanshirô, acteur et chanteur aux talents multiples, et se déroule dans la préfecture de Nagano, réputée pour ses raisins et son vin. Il a donc imaginé un lycée situé à Shiojiri proposant un cours de vinification. Le personnage principal est une fille qui a quitté Kamakura pour s'installer à Shiojiri, où vit la famille de sa mère. Elle est poussée à s'inscrire dans ce cours sur les conseils d'une autre élève. Elle y rencontre deux autres filles. L'une d'elles a décidé de renoncer à son rêve de devenir médecin pour produire du vin afin d'empêcher la faillite du vignoble familial. L'autre a passé tout son temps à jouer au tennis pour devenir joueuse professionnelle, mais la soudaine maladie de son père bien-aimé qui menace la survie de son restaurant italien florissant l'incite à se lancer dans la fabrication d'un vin maison destiné à remonter le moral de son père. Sous l'impulsion d'un professeur strict mais chaleureux, les trois filles tombent sous le charme du monde exotique du vin et travaillent dur pour atteindre leur objectif : créer quelque chose de spécial.

Le duo composé du scénariste JÔ Akira et du spécialiste du vin HORI Ken'ichi ont créé jusqu'à présent trois mangas autour du vin. Le premier, *Sommelier (Somurie,* éd. Glénat), est dessiné par KAITANI Shinobu et met en vedette Jo, un sommelier capable de juger le vin comme nul autre. Cependant, il refuse le monde des concours et des récompenses pour parcourir la planète à la recherche d'un vin mystérieux qu'il n'a goûté qu'une seule fois dans sa vie, il y a de nombreuses années. Les personnes qu'il rencontre au cours de ses voyages ajoutent une touche humaine et chaleureuse à l'histoire.

Shin somurie Shun no Wain [Le vin du nouveau sommelier Shun] raconte l'histoire de KITAMURA Shun, sommelier exceptionnel et solitaire qui a consacré toute sa vie à l'art du bon vin. Après une rencontre fortuite avec un vieil ami, il accepte son offre de travailler dans un nouveau restaurant. Ce défi se transforme en un processus de croissance et de maturation pour ce génie du vin quelque peu distant. Ce manga a ensuite été adapté à la télévision avec en vedette INAGAKI Gorô, alors membre du groupe d'idoles SMAP.

JÔ Akira et HORI Ken'ichi ont également exploré l'univers des sommeliers qui compte de plus en plus de femmes avec *Ra Somuriêru* [La sommelière]. Le personnage principal est une fille qui, après avoir perdu ses deux parents, s'inscrit dans une université française pour étudier la science de la distillation. Après avoir obtenu son diplôme, elle rentre au Japon et commence à travailler au restaurant L'Espoir en tant qu'apprenti sommelière. Son responsable la guide tout au long du processus d'apprentissage, mais elle a du mal avec les clients et est finalement renvoyée. Peu à peu, elle apprend à communiquer avec les autres en mettant à profit ses connaissances en matière de vin. Comme d'autres œuvres, ce manga contient de nombreuses explications sur la culture et l'histoire du vin et convient particulièrement aux amateurs de vin de niveau débutant.

La relation amoureuse entre le manga et le vin a même fonctionné dans le sens inverse avec au milieu des années 2010, des producteurs de la

RUMIKO TAKAHASHI

RAJA PRÉSENTE

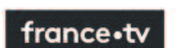
Angoulême

47e ÉDITION **FESTIVAL INTERNATIONAL DE LA BANDE DESSINÉE**

30 JANVIER > 2 FÉVRIER 2020

bdangouleme.com















région de Katsunuma, dans la préfecture de Yamanashi, qui ont créé une collection intéressante de vins inspirés par l'univers de l'animation et du manga. Elle comprenait des vins rouges, des vins blancs et des vins rosés, mais son meilleur argument de vente était les bouteilles elles-mêmes dont les étiquettes étaient illustrées par 45 personnages issus de séries populaires comme *Kitarô le repoussant (Gegege no Kitarô)* ou encore *Galaxy Express 999 (Ginga Tetsudô 999)*. Comme on pouvait s'y attendre, les bouteilles se sont vendues comme des petits pains.



La Sommelière est l'œuvre du duo JÔ *Araki et* HORI *Ken'ichi illustrée par* MATSUI *Katsunori.*

Eric Rechsteiner pour Zoom Japon

LITTÉRATURE

Comparativement au manga, la littérature et le cinéma japonais ont été plus lents à adopter le vin comme thème central même si l'écrivain KAIKÔ Takeshi avait publié dans les années 1970 son fameux *Romanée-Conti 1935* (éd. Philippe Picquier). Après tout, l'essor du vin au Japon est assez récent et subit la concurrence – même dans le domaine des arts – du saké, de la bière et d'autres alcools.
On peut citer le roman *Van sho wo anata ni* [Vin chaud pour vous] de KONDÔ Fumie dont l'histoire se déroule dans le petit restaurant français Pas Mal avec sept tables et un comptoir pouvant accueillir cinq personnes. Formé en France, son chef est aussi passionné par les petits mystères de la vie quotidienne que par la cuisine. En tant que détective accompli, il s'amuse beaucoup à les résoudre. Quelle est la véritable identité de la dame qui aime la bouillabaisse ? Pourquoi Mme Miriam a-t-elle cessé de faire son divin vin chaud ? Ce livre combine des descriptions de supers plats et des énigmes de premier ordre.
MURAKAMI Ryû est l'un des poids lourds de la littérature japonaise. Sa collection de nouvelles parue en 1998 sous le titre *Wain ippai dake no shinjitsu* [La vérité du seul verre de vin] tourne autour du vin. Chaque histoire comporte un vin différent. La-Tâche, un Bourgogne, prête son bouquet complexe à une histoire où la confusion règne. L'arôme du Château Margaux apporte du réconfort lors d'une nuit passée à attendre en vain un rapport sexuel.

CINÉMA

Lorsqu'ils ont cherché à faire un film sur le thème du vin, les Japonais ont commencé par regarder ce qui s'était fait à l'étranger et en 2009, le remake de *Sideways* est sorti cinq ans après le succès du film américain. En 2014, MISHIMA Yukiko (voir *Zoom Japon* n°80, mai 2018) a choisi Hokkaidô pour tourner son troisième long métrage, *Budô no namida* [Les larmes du raisin]. Il s'agit de l'histoire de deux frères isolés qui produisent du vin et du pain à partir du raisin et du blé qu'ils cultivent eux-mêmes. Le grand frère Ao, en particulier, est un homme obstiné et centré sur lui-même qui sourit ou même parle rarement. Un jour, leur routine de vie presque monastique est interrompue par une voyageuse qui remet en cause leur style de vie. Elle leur présente un regard neuf sur la vie et le bonheur, et leur fait comprendre que les hommes, comme les raisins, ne peuvent pas prospérer dans la solitude.
Un des derniers films mettant en scène le vin s'intitule *Usuke Boys*. Sorti en 2018, il a remporté le prix d'interprétation au Festival du film de Madrid. Inspiré du livre de KAWAI Kaori qui a remporté le Shogakukan Nonfiction Award 2009, ce long métrage raconte l'histoire d'un groupe d'aficionados du vin et de leur relation avec la légende du vin, ASAI Usuke, un viticulteur considéré comme le père du vin japonais contemporain (voir pp. 6-9). Les jeunes sont convaincus que le vin japonais ne sera jamais aussi bon que les grandes références européennes, mais ils changent d'avis quand ils goûtent le Merlot Kikyôgahara produit par ASAI. Leur vie a changé avec cette rencontre extraordinaire. Ils quittent leur emploi et commencent à cultiver du raisin dans l'espoir de produire un bon vin japonais en appliquant les méthodes de leur maître. Il ne vous reste plus qu'à trouver ces œuvres et à les déguster en compagnie d'une bonne bouteille de vin. **G. S.**

DÉCOUVERTE La meilleure façon de boire

Au cœur du quartier d'Asakusa, Maison de IsshoVin propose une initiation à la production vinicole nippone. Génial.

Souvent, nous sommes hésitants face à l'univers d'une boisson qui nous est inconnue. En raison du manque de repères, nous ne savons pas par quoi débuter, et surtout nous avons peur de faire des bêtises, d'être déçus.

Pas de problème, dit IWAKURA Hisae, patronne du restaurant-bar Maison de IsshoVin, situé à Asakusa, l'un des quartiers touristiques de Tôkyô. Grande appassionata de vins japonais depuis une quinzaine d'années, elle parle des bouteilles qu'elle aime comme elle parlerait de ses enfants chéris.

Une atmosphère décontractée règne à l'intérieur de son restaurant. Les baies vitrées et les tables disposées autour de grandes plaques de cuisine donnent plutôt une impression de bistrot sympathique. Les clients peuvent choisir, chacun selon son humeur et sa faim, les petits mets à la façon tapas, accompagnés de vins japonais, mais pas uniquement : bières artisanales et sakés natures sont également présents sur la carte.

"Dans ce lieu, j'ai envie de faire découvrir les vins que l'on peut boire cent fois, et qui donnent envie d'être bus une cent et unièmes fois. J'ai aussi choisi ce cadre cosy pour créer une ambiance de proximité entre les clients, qui leur permet, par exemple de demander aux personnes de la table voisine les bouteilles qu'ils aiment. Ici, chacun est libre de passer le temps comme il le souhaite. On peut juste venir y boire un verre et grignoter, ou manger en groupe et commander un magnum", assure-t-elle. D'ailleurs, le nom du restaurant, La Maison du IsshoVin est un jeu de mots entre *isshôbin* qui désigne une bouteille de sake *isshô* (unité de mesure, l'équivalent d'1,8 litre) et le vin. Le sake a pendant longtemps été mis en bouteille *isshô*, l'équivalent environ de la taille d'un magnum. Il paraît même que dans les régions viticoles comme à Yamanashi, les producteurs utilisaient ces bouteilles réservées au sake pour embouteiller le vin destiné à la consommation locale. *Isshôbin* évoque le partage, une ambiance populaire et une certaine proximité. Les vins sont servis dans des verres sans pied, à la bonne franquette.

IWAKURA Hisae accorde beaucoup d'importance à ce rapport humain, et essaie de rencontrer au moins une fois les producteurs à qui elle achète les bouteilles. *"Ce qui est passionnant, c'est que ce sont très souvent des tout petits producteurs qui font les vins japonais, et le rapport entre les vins et les gens est quasi intime. La pensée de chaque personne est bien présente dans cette ambroisie"*, confie-t-elle. Elle emploie parfois le mot *dashi*, comme le bouillon japonais, pour parler du goût du vin. Si le vin est un produit issu de la fermentation, il est vrai que les vins japonais, produits de terroir, devraient avoir un quelque chose de *dashi*, ou même de *miso* (pâte de soja fermenté)...


Dans son restaurant, IWAKURA Hisae partage avec ses clients son amour du vin japonais.

Eric Rechsteiner pour Zoom Japon

INFORMATIONS PRATIQUES

MAISON DE ISSHOVIN, 1-9-5, Asakusa, Taitôku, Tôkyô (7 mn de la gare d'Asakusa) Ouvert tous les jours 15h -23h. Tél. 03-6231-5103
Plats à partir de 300 yens (2,5 euros), vin au verre à partir de 600 yens (4,5 euros), bouteille à partir de 3000 yens (25 euros), vin en bouteille Isshôbin à partir de 4500 yens (40 euros).

Mais quand on ne connaît ni la région ni le cépage ? Nous lui avons demandé, pour nous guider sur le chemin des vins japonais, les bouteilles qu'elle recommanderait en fonction de plusieurs situations.

Un client étranger a séjourné un moment au Japon. C'est sa dernière soirée dans la capitale, il prend son vol retour le lendemain. Que lui conseillez-vous ?
(Nom de la cuvée, année, région, cépage, nom du producteur ou nom du vignoble)

1. *Beau Paysage 2009*, Yamanashi, Cabernet franc, OKAMOTO Eishi (Beau paysage)
Charmant, sensuel, surprenant, arôme de temples asiatiques. On ressent la force et la complexité du raisin, on ne peut plus s'en passer une fois qu'on l'a goûté. Celui qui la boit en gardera un souvenir inoubliable.

2. *Kido private reserve cuvée Akari 2010*, Nagano, Chardonnay, KIDÔ Akito (Kidô winery)
Très petit producteur, une haute finition. On découvre un chemin en la buvant. La pensée de la bouteille est bien précise, bien charpentée, on a envie de prendre le temps de la déguster. Nous sommes fiers de ce vin japonais.

3. *Nana-tsu-mori Multi vintage*, Hokkaidô, Pinot Noir, SÔGA Takahiko (Domaine Takahiko)
Une ampleur, tout en ayant un noyau. On peut le déguster tout au long du repas. Un vin créé grâce à une connaissance profonde des raisins, qui peut donner de l'énergie avant de repartir dans son pays.

Un amateur de sake vient dans votre restaurant. Il a un a priori sur les vins. Comment faites-vous pour le convaincre ?

Kôshûsan Budôshu, Yamanashi, Kôshû, FURIYA Tadao (Kitanoro Jôzô)
Créé avec des raisins bien mûrs. Beaucoup d'*umami*, équilibré, épais, servi dans une bouteille *isshôbin*.

Un jeune couple arrive dans votre restaurant. Peut-être sont-ils déjà ensemble, peut-être pas, mais ils se plaisent et ça se voit. Vous avez envie que leur soirée se passe bien, qu'ils sortent de l'établissement un peu plus proches. Que leur servez-vous ?

1. *Sans Soufre Blanc*, (vin pétillant), Yamagata, Delaware, KISHIDAIRA Noriko (Takeda Winery)
Un vin produit par une vigneronne, la première au Japon à produire de la bulle avec du Delaware, une variété traditionnellement plantée à Yamagata. Un goût pur, universel et rassurant, qui change au fur et à mesure que l'on ouvre la bouteille. Relaxant, destiné à n'importe qui et pour n'importe quand.

2. *Koko 10 R Pinot Rosé 2017*, Tochigi, Pinot noir, Coco farm
Créé par les vignes de pinot noir les plus anciennes du Japon. Séduisant, beaucoup d'umami, d'élégance et de charme. Un parfum enivrant. Cette bouteille pourrait réjouir la table.

Pour finir, pouvez-vous nous conseiller une bouteille que l'on peut boire seul, à la maison ou dans un restaurant, quand on se sent un peu triste, un peu faible. Une bouteille qui nous donne de la force, qui nous console ?

Kurisawa Blanc, Hokkaidô, cépages mélangés (une dizaine de variétés en moyenne), NAKAZAWA Kazuyuki et Yukiko (Nakazawa Vineyard)
Ce furent les précurseurs de cette méthode. L'ampleur du Gewurztraminer sans être lourd en sucre. Contour clair. Ce vin va tendrement vous enlever la fatigue et vous donner le courage de continuer à vivre.

Maintenant, c'est à vous de vous plonger dans l'univers du vin japonais.

SEKIGUCHI RYÔKO

Tanja Houwerzijl pour Zoom Japon

Château Mercian a succédé à la Dai-Nihon Yamanashi Budoshu Kaisha fondée au milieu du XIXe siècle.

Sur les traces du vin de Kôshû

Produit dans la préfecture de Yamanashi, ce nectar est aujourd'hui considéré comme l'un des meilleurs vins du pays.

Lorsque le ciel est dégagé et qu'il s'occupe de ses vignes, KONDÔ Nobuyuki aperçoit le mont Fuji à l'horizon. Dans le calme olympien d'un après-midi de mai, il observe les premières pousses, effleure du bout des doigts les branches. Les grappes ne seront pas prêtes à la récolte avant septembre alors pour le moment, il les surveille simplement, comme le lait sur le feu. Il s'occupe seul de ses 25 hectares. Son vignoble, Komazono, existe depuis 1952 et ne produit plus que du vin organique. *"Je ne travaille que le raisin de Kôshû, à la peau violette et à partir duquel on produit surtout du vin blanc. Je respecte des techniques traditionnelles anciennes et en choisissant la voie du bio, c'est un défi supplémentaire"*, explique-t-il. Le vin organique est en effet un challenge de taille au Japon, *"puisque les saisons des pluies de juin et septembre, fragilisent les grappes et favorisent les maladies. En septembre, lorsque nous sommes proches de la récolte et avant que les premières averses arrivent, je recouvre chaque grappe, à la main, d'un petit parapluie de papier"*, ajoute le viticulteur. Un travail colossal.

Komazono se trouve dans la petite ville de Kôshû, dans la préfecture de Yamanashi, première région productrice de vin du Japon. La commune compte à elle seule une trentaine de vignobles sur les 89 de la préfecture. Essentiellement, de tout petits producteurs qui s'appliquent à produire le meilleur vin possible. L'hiver dernier, le jury féminin de la 6e édition des Sakura Japan Women's wine awards a remis le prix du meilleur vin blanc à KONDÔ Nobuyuki, pour sa cuvée *Tao Kôshû*. Komazono était en compétition avec de nombreux vins du monde entier. L'homme, la petite cinquantaine et père de trois enfants, a la charge du vignoble depuis 2015 et ne cache pas sa fierté devant cette reconnaissance. Pour lui, la clé d'un bon vin réside dans la recherche d'une personnalité, d'un caractère affirmé. Et selon lui, le Japon est aujourd'hui tout à fait capable de produire de l'excellent vin. *"Une femme est belle dans tous les pays, n'est-ce pas ? Mais son caractère change, les personnalités sont différentes selon les régions du monde où elle vit,* note-t-il, un brin charmeur. *C'est un peu pareil pour le vin, alors*





comment peut-on comparer ? Chaque vin a ses propres richesses."

A proximité de Kôshû, à Enzan, TSUCHIYA Yukari, gérante du vignoble Kizan (https://kizan.co.jp), fondé il y a 85 ans, fait le même constat. *"Aujourd'hui, la qualité du vin japonais ne cesse de progresser. Il a plus de force, plus de goût, plus de caractère. Pour les Japonais, le vin a eu, pendant longtemps, l'image d'un produit de luxe, onéreux, forcément étranger, que l'on ne trouve que dans les restaurants gastronomiques. Ce n'est plus le cas aujourd'hui, la boisson s'est démocratisée et on la trouve dans les* izakaya, *dans les restaurants de yakitori. Elle est de bonne qualité et à un prix raisonnable. Les clients se rendent également compte que le vin japonais se marie davantage avec la cuisine locale"*, confie-t-elle. Nichée dans une splendide résidence seigneuriale de 130 ans d'âge, la coopérative Kizan confectionne 40 000 bouteilles par an, essentiellement à partir du raisin local. *"Nous avons une certaine pression pour toujours améliorer la qualité mais nous sommes prêts à relever le défi et nous avons de plus en plus de demandes"*, explique-t-elle. Le couple a étudié la microbiologie et l'œnologie, au Japon et en Australie, pour être à la pointe des nouvelles méthodes de fabrication. Kôzo, le mari de Yukari, troisième génération de Kizan, a aussi étudié les méthodes de fabrication traditionnelles françaises. *"Au Japon, nous cumulons les difficultés. Les saisons des pluies, s'abattent à deux étapes-clés de la croissance de la vigne : à la floraison puis juste avant la récolte, ce qui entraine beaucoup de maladies. Le sol est également plus acide donc il doit être amélioré régulièrement. Puis les superficies des champs de vignes sont plus petites qu'ailleurs, parfois moins d'un hectare, sur des pentes ou difficilement accessibles, ce qui limite la mécanisation"*, reconnaît-il..

S'ajoute à cela, l'image du vin japonais qui a toujours pâti d'une mauvaise réputation auprès des consommateurs. *"Autrefois, la population locale buvait une sorte de jus de raisin alcoolisé, assez épais, de couleur marron, pas cher mais pas bon. On l'achetait dans de grandes bouteilles que l'on partageait en famille, à table. On buvait cela à différents moments de la journée. Le vin, à proprement parler,*

Tanja Houwerzijl pour Zoom Japon

La commune de Kôshû abrite une trentaine de producteurs de vin.

Tanja Houwerzijl pour Zoom Japon

KONDÔ Nobuyuki gère le vignoble Komazono depuis 2015.

est apparu plus tard", raconte TSUCHIYA Yukari. Depuis que les méthodes de fabrication se sont améliorées, la tendance change. Si la part du vin japonais ne représentait guère plus de 5 % de la consommation locale, la proportion pourrait bien atteindre les 10% au cours de la prochaine décennie, affirment des spécialistes.

"Le vin produit à Yamanashi, il y a dix ans, n'a plus rien à voir avec celui que l'on produit actuellement. Le goût est totalement différent. A l'époque, je n'aurais jamais bu de vin Kôshû, aujourd'hui, c'est de loin, celui que je préfère", affirme OMATA Marie, 32 ans, guide spécialisée en viticulture japonaise. Après une première vie, dans les départements de ventes de grandes entreprises comme Shiseidô, The Japan Times ou encore Tesla, la ravissante trentenaire a entrepris une reconversion osée. Passionnée par le terroir de sa région natale, Yamanashi, où elle vit depuis toujours, elle a à cœur de partager les richesses du patrimoine local. *"Même lorsque je travaillais à Tôkyô, je préférais faire 1h 45 de train chaque matin et chaque soir plutôt que de renoncer à vivre à Yamanashi"*, raconte-t-elle. Grande voyageuse, elle a parcouru le monde, visitant seule, plus d'une cinquantaine de pays sur une période de dix ans. *"J'ai une petite préférence pour la France où je suis allée huit fois. J'aime découvrir de nouvelles cultures et en voyageant, je me suis rendue compte que personne ne savait que le Japon produisait du vin et j'ai eu envie de promouvoir ma région, à ma façon"*, ajoute-t-elle. Aujourd'hui, elle guide essentiellement des viticulteurs et voyageurs étrangers, en tours privés (www.facebook.com/yamanashiwineries). *"Je fais le lien avec les producteurs locaux qui n'ont pas le temps de communiquer sur leur savoir-faire et qui ne parlent pas anglais."* Elle les aiguille et remarque que *"les personnes repartent toujours agréablement surprises. Car oui il y a toutes sortes de vins de qualité au Japon, en particulier à Yamanashi. On trouve aussi des vins natures ou produits en biodynamie. Le vin de Kôshû a également cette spécificité que l'on appelle l'arôme* ginjôshu, *proche du saké et qui permet une alliance parfaite avec les saveurs de la cuisine locale."*

L'histoire de la viticulture japonaise puise véritablement ses origines, en 1877. A l'époque, TAKANO

Masanori et TSUCHIYA Ryûken, salariés de la première coopérative viticole japonaise, la Dai-Nihon Yamanashi budoshu kaisha, ont entrepris un voyage en France, sur les chemins des vignobles de l'Hexagone. Ils y passeront quarante-six jours et y apprendront les bases du savoir-faire avant de rentrer et d'entamer une production de vin à grande échelle, dans la préfecture de Yamanashi. Le raisin sélectionné est la variété locale, le Kôshû, cultivé au Japon depuis 1300 ans, originaire du Caucase et qui a transité par la Route de la soie. La variété présente le double avantage d'être résistante aux maladies, à la pluie et au froid et d'avoir une texture fraîche avec une subtile acidité. Dans les années 1970, la coopérative devient Château Mercian, aujourd'hui entreprise phare du vin japonais. *"Le nouveau nom a permis de faire référence à la France, Château pour les vignobles français et Mercian pour Merci,* explique NAKAMURA Kazuaki, vigneron de l'entreprise. *Au Japon, lorsque nous confectionnons du saké par exemple, nous prenons soin de remercier le riz, l'eau, les agriculteurs qui nous ont permis d'arriver au produit final. Ici, c'était notre façon de reprendre cette idée, mais dans le domaine du vin."*

Ce matin-là, une dizaine de curieux venaient visiter les caves de la fameuse coopérative qui a vu naitre les premiers litres de vin japonais, il y a de cela 140 ans. Château Mercian (www.chateaumercian.com/en) cultive du raisin Kôshû et Muscat Bailey A à Yamanashi, mais aussi du Chardonnay et du Merlot dans la préfecture de Nagano. La coopérative envisage de s'agrandir en ouvrant un nouveau vignoble, Mariko, à Nagano cet automne. *"Le vin japonais se marie indéniablement mieux que les autres vins avec la cuisine de l'Archipel,* assure NAKAMURA Kazuaki. *Le vin Kôshû est excellent avec les sushis et les sashimis, les vins rouges avec la cuisine familiale japonaise tels que le porc au gingembre ou le bœuf hâché. Nous sommes absolument convaincus que le marché va encore s'étendre et progresser."*

A Kôshû et ses environs, il semble que toute la population locale vibre et vit au rythme du raisin, élevé au rang de véritable star locale. La ferme Miura (www.miurayafarm.com), sur la commune


Tanja Houwerzijl pour Zoom Japon

Le raisin de Kôshû résiste aux maladies, à la pluie et au froid.

d'Enzan, cultive du raisin de table sur environ deux hectares. Une vie difficile mais épanouissante selon MIURA Makoto, 47 ans. Chaque matin, il se lève à 4 h. De mai à octobre, il sait qu'il ne pourra pas se permettre un seul jour de repos. *"Cela commence par le moment où les premières grappes commencent à sortir. Je dois les surveiller. Je cultive du Kyohô, du Peony, du Muscat."* A Kôshû, tout le monde a une histoire avec ce fruit. MIURA Makoto s'est installé à Yamanashi en 2013, avec sa femme Kahoko et leur fille Akiho, âgée de 10 ans. *"Nous sommes originaires de Kamaishi, dans la préfecture d'Iwate, au nord-est de l'Archipel. Après le grand tremblement de terre de 2011, nous avons eu envie de changer de vie. J'avais occupé plusieurs postes dont celui d'employé dans une entreprise d'électricité, mais j'avais toujours caressé le rêve de devenir agriculteur un jour."* Le séisme et le tsunami ont été un électrochoc pour cette famille qui a tout plaqué pour démarrer une nouvelle vie. *"Mon père avait une entreprise de pêche,* explique Kahoko. *Au début, j'ai eu du mal à m'habituer à un quotidien dans les montagnes, moi, fille de la mer. Je me sentais enfermée. Et puis j'ai appris à apprécier à vivre ici. Aujourd'hui, je m'y plais beaucoup."* Leur fille handicapée dispose d'un meilleur accès aux soins que lorsque la famille se trouvait dans le Tôhoku. *"On aime aussi beaucoup le vin blanc, le vin Kôshû que l'on a plaisir à faire découvrir aux gens de passage",* explique-t-elle. En plus de son travail au champ, la famille ouvre les portes de sa ferme et offre gîte et couverts aux voyageurs.

"C'est un vrai plaisir d'accueillir de nouveaux habitants dans la région," se félicite pour sa part TSUCHIYA Yukari. *"C'est bon pour l'économie locale et nous sommes enchantés de voir des personnes installer une exploitation agricole ou viticole. Vous savez, il n'y a pas vraiment de concurrence entre nous. La demande pour nos vins augmente, mais nous sommes d'ores et déjà au maximum de nos capacités de production alors de nouveaux bras sont donc toujours bienvenus !"*

JOHANN FLEURI

POUR S'Y RENDRE

AU DÉPART DE LA GARE DE SHINJUKU, À TÔKYÔ, empruntez le train Azusa en direction de la gare d'Ôtsuki sur la ligne Chûô. Il faut environ 75 mn pour s'y rendre. A Ôtsuki, changez pour une ligne locale en direction de Katsunuma-budôkyô (environ 20 mn). A Katsuma-budôkyô, taxi et bus seront à votre disposition.

ZOOM Japon est publié par les éditions Ilyfunet
12 rue de Nancy 75010 Paris, France
Tel: +33 (0)1 4700 1133 - Fax: +33 (0)1 4700 4428
www.zoomjapon.info - courrier@zoomjapon.info
Dépôt légal : à parution - ISSN : 2108-4483 - Imprimé en France
Responsable de la publication : Dan Béraud
Contact publicité : pub@zoomjapon.info
Ont participé à ce numéro : ODAIRA Namihei, Gabriel Bernard, KOGA Ritusko, Eric Rechsteiner, SEKIGUCHI Ryôko, Jean Derome, Gianni Simone, Johann Fleuri, Aurélie Boissière, Célia Bonnin

TAKACHI Yoshiyuki, KASHIO Gaku, OZAWA Kimié, TANIGUCHI Takako, MASUKO Miho, ICHIKAWA Chiho, Sylvain Bérard, Marie Varéon (maquette)

Imprimé sur du papier issu de forêts durablement gérées 100% PEFC sans fibre recyclée fabriqué en Suède.





ZOOM ANNONCES



événements

Spectacles - Théâtre
L'EXPERIENCE DE L'ARBRE
Simon Gauchet
ven. 15 / sam. 16 nov. 2019
La Maison de la culture du Japon à Paris
Grande salle (niveau -3)
Tarif 20€ / réduit 18€
adhérent mcjp16€
www.mcjp.fr/fr/agenda/lexperience-de-larbre

Salon International du Tourisme et des Voyages de Colmar
09-11 novembre 2019
Parc Expo Colmar
www.sitvcolmar.com
Avec pour invité d'honneur : **Tokyo et le Japon.**

● **Marché de Noël japonais / Salon Idées Japon** du mercredi 4 au samedi 7 décembre de 11 h 30 à 19 h 30. Entrée libre. À l'espace Cinko, 12 – 18, passage Choiseul, Paris 2e. 4 jours d'exposition-vente, en présence de plus de 40 créateurs, artistes et spécialistes franco-japonais. www.ideesjapon.com/marche-de-noel-japonais/

Exposition
Le pélerinage de Shikoku
26 nov. > 21 déc. 2019 à 12h
Photos, vidéo et objets nous entraînent sur ces chemins où la quête spirituelle s'accompagne de la découverte d'un riche patrimoine culturel et de splendides paysages naturels.
La Maison de la culture du Japon à Paris
Hall d'accueil (rez-de-chaussée)
Entrée libre
www.mcjp.fr

Exposition-vente
du célèbre équipementier d'arts martiaux japonais
TOZANDO
Du 13 au 19 nov. 10h~20h (Fermé le dimanche 17)
PHOTO SHOOTING
le sam. 16 nov. 10h~20h.
Venez essayer nos costumes traditionnels d'arts martiaux, de samourais, et faites-vous immortaliser par notre photographe.
Librairie Junkudo
18 rue des Pyramides
75001 Paris
www.tozandoshop.com
www.junku.fr

salon gourmand
C'EST BON LE JAPON !
6ème EDITION
du 1er au 3 novembre 2019
La Halle des Blancs-Manteaux (Le Marais)
48, rue Vieille du Temple – 75004 PARIS
https://cestbonlejapon.com/fr/

emplois

● **Le restaurant coréen ILANG** recrute un(e) serveur(se) à temps partiel. Veuillez envoyer votre CV et LM à ilang.opera@gmail.com

Ambassade du Japon en France
Recrutement d'un(e) assistant(e) culturel(le)
Français (niveau langue maternelle), japonais (niveau avancé, parlé et écrit).
Maitrise obligatoire : WORD• EXCEL, logiciels de gestion de bases de données
Examen écrit et entretien
CDD de janvier 2020 à novembre 2020 (11mois)
Aucune réponse par téléphone, les CV envoyés ne seront pas rendus
Pour plus de détails, veuillez consulter le site suivant :
http://www.fr.emb-japan.go.jp
CV + photo à envoyer uniquement par courrier avant le vendredi 22 novembre 2019
Ambassade du Japon en France
Service Culturel et d'Information
7, avenue Hoche 75008 Paris

● **Aki Boulangerie** recrute un(e) vendeuse à temps partiel. Veuillez envoyer CV et LM à akiboulangercafe@gmail.com

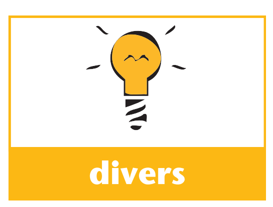
logements

● **Un joli studio meublé au cœur de Kyoto** à louer (mensuel) contact: yokonishikidori19@yahoo.com



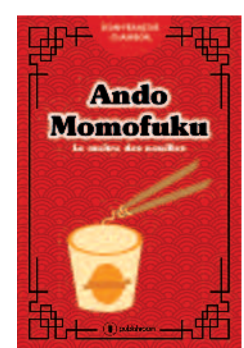
cours

Cours KARATE/ KOBUDO
Traditionnel d'Okinawa
Ecole de Sensei Kenyu Chinen 0660645842
favryl@yahoo.fr
Paris 14
oshukai-paris.fr



divers

● **La biographie du fondateur de Nissin Foods, Ando Momofuku, Jean-François M. Chambon en vente dans toutes les librairies @JFMChambon**







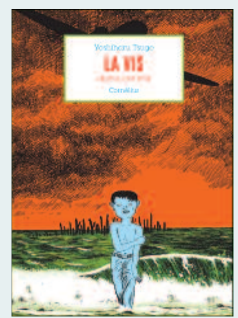
Charlotte HODEZ, Avocat
Sidonie ROUFIAT, Avocat et Médiateur
Mettent leurs compétences à votre disposition en matière de :
- Droit du séjour et du travail des étrangers
- Droit du travail (individuel et collectif)
- Droit de la famille
- Droit médical et réparation de préjudices corporels
- Droit pénal

Conseil et assistance devant les juridictions.
Résolution amiable des conflits
Notre atout :
notre expérience des relations franco-japonaises
HODEZ ROUFIAT AVOCATS ASSOCIES (A.A.R.P.I.)
25 boulevard Voltaire - 75011 Paris
Tél. 01 55 80 57 40, contact@hravocats.fr

En vous abonnant à ZOOM Japon, vous devenez automatiquement membre du Club ZOOM. Cela vous permet de participer chaque mois à un tirage au sort qui vous donnera la possibilité de gagner des livres, des DVD, des invitations à des spectacles et bien d'autres choses.



Cadeau du mois



Ce mois-ci, le Club ZOOM vous propose de gagner le 2e volume de la Série de manga **Yoshiharu Tsuge Anthologie : LA VIS (œuvres 1968-1972)** (Cornélius)

Pour participer au tirage au sort, envoyez nous par mail votre avis sur ce numéro ainsi que votre numéro d'abonné.
Mail : club@zoomjapon.info

Tous les nouveaux abonnés peuvent participer.
Jusqu'au 30 novembre 2019.



/zoomjapon

www.zoomjapon.info

Inscription à la newsletter
Informations sur le magazine, jeux concours, etc...

Boutique ZOOM en ligne
Livres, anciens numéros, abonnement

Téléchargement des archives
Version PDF

NHK WORLD JAPAN

GATTEN!

Being Nosey

The Latest Olfactory Research

La science à portée de tous, avec des démonstrations et des infos sur la santé et la vie quotidenne.
Dans cet épisode: l'odorat. Découvrez ses liens avec la mémoire et les émotions,
et exercez-vous pour contrer les effets du vieillissement.

Dimanche 24 novembre 18h10